+ Kapitalanlage + Versicherung + Investment + Finanzierung + Betrieb +

VERTRIEBSERFOLG



Zukunftsweisende Perspektiven und Strategien für Vermittler:innen und Berater:innen!

Innovative, ausgezeichnete Produkte und Dienstleistungen

FinanzBusinessMagazin.de
Für Entscheider der Finanzbranche
Ausgabe eMagazin Februar 2026



© fotofrank @ adobe stock

Schaffen Sie den Absprung.

Resultate Select –
Ihren Maklerbestand verkaufen mit Garantie und zum optimalen Preis.

- ✓ Vertragsgarantie
- ✓ sofortiger oder späterer flexibler Ruhestand
- ✓ Kaufpreis bis zu Faktor 5 – oder sogar darüber hinaus *)
- ✓ besonders geringe fixe Gebühren – schon ab 149€ bei Vorzugskonditionen (zzgl. Mwst.)
- ✓ Geld zurück Garantie

Weitere Informationen auf
www.resultate-select.de

*) Der effektive Kaufpreis kann sehr stark variieren in Abhängigkeit u.a. von Bestandsstruktur, -historie und -stabilität, bediente Produktfelder, Regionalität, Rechtsform sowie Entscheidungshorizont und persönliche Präferenzen des Bestandsinhabers.

Resultate
Institut für Unternehmensanalysen und Bewertungsverfahren GmbH

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

Künstliche Intelligenz verändert die Finanzwelt mit rasanter Geschwindigkeit. Was vor wenigen Jahren noch Zukunftsmusik war, ist heute gelebte Realität – auch in der Beratung. Laut einer aktuellen YouGov-Studie nutzt bereits jeder Zehnte in Deutschland KI, um sich über Geld- und Anlagethemen zu informieren. Damit erreicht KI fast das Niveau klassischer Finanzberatung und stellt die Branche vor grundlegende Fragen: Wie verändert sich die Rolle des Vermittlers, wenn Algorithmen Wissen und Empfehlungen liefern?

Mehrere Studien, die wir in dieser Ausgabe vorstellen, geben Antworten. Besonders spannend: Die Untersuchung „Jungmaklermarkt 2025" zeigt, wie eine neue Generation von Maklerinnen und Maklern die Branche prägt – digital affin, lernbereit und mit klaren Werten. Gleichzeitig steigen Druck und Unsicherheit: Über 80 Prozent der Versicherungsmakler rechnen mit weiter zunehmender Regulierung, unter Jüngeren sind es sogar fast 87 Prozent. Bürokratische Entlastung erwartet hingegen kaum jemand.

Der digitale Vertrieb gewinnt weiter an Bedeutung. Laut GDV-Umfrage schließen immer mehr Kundinnen und Kunden ihre Versicherungen online ab – trotzdem bleibt die persönliche Beratung unverzichtbar. Menschliche Nähe, Empathie und Vertrauen bleiben zentrale Erfolgsfaktoren.

Auch auf europäischer Ebene stehen Veränderungen bevor: Mit der Einigung zur „Retail Investment Strategy" (RIS) soll die Vermittlung stärker reguliert, aber auch transparenter und effizienter gestaltet werden. Die neuen Anforderungen werden ab 2028 spürbar – insbesondere für unabhängige Vermittler.

Zugleich zeigt sich, dass Anleger höhere Erwartungen an Rendite und Vermögensaufbau stellen als jemals zuvor. Der reine Kapitalerhalt reicht vielen nicht mehr – gefragt sind intelligente, nachhaltige und wachstumsorientierte Konzepte.

Freuen Sie sich auf eine spannende Ausgabe mit aktuellen Studien, Umfragen und rechtlichen Entwicklungen rund um den Vertrieb in der Finanz- und Versicherungsbranche.

Viel Erfolg bei der Lektüre!

Ihr Team vom FinanzBusinessMagazin.de

Aktuelle Informationen unter www.FinanzBusinessMagazin.de und www.wmd-brokerchannel.de

INTERVIEW

8 NORAMCO und der Mythos des Zinseszinseffekts
Beitrag von **Cornelius Theiß und Edgar Bauschert,** *Managing Director NORAMCO Asset Management S.A.*

10 Rating der Ratings: Deutschlands beste Lebensversicherer 2025
Interview mit **Dr. Marco Metzler,** *Geschäftsführer, Metzler Ratings GmbH*

12 Neue Krankenkassen-App als Vertriebswerkzeug
Beitrag von **Thomas Adolph,** *Geschäftsführer, Kassensuche GmbH*

14 Die Patriarch Multi-Manager GmbH im Wandel der Zeit
Interview mit **Dirk Fischer,** *Geschäftsführer, Patriarch Multi-Manager GmbH*

17 Die Branche im D-Zug – die KI im ICE – Vertriebsgipfel Tegernsee 2026
Beitrag von **Stephan Appel,** *Geschäftsführer, CHECK-Analyse*

20 Konsolidierung 2.0 – Warum Wachstum in der Maklerbranche neue Antworten braucht
Beitrag von **Andreas W. Grimm,** *Geschäftsführer, ABREKON GmbH,*
Resultate Institut für Unternehmensanalysen und Bewertungsverfahren GmbH

VERTRIEB

24 Brüssel: Einigung zur Retail Investment Strategy erzielt

25 Finfluencer unter Kontrolle, Bürokratie wächst

26 FPSB zur Reform der Altersvorsorge:
Schritt in die richtige Richtung, aber es besteht Nachbesserungsbedarf

27 Vertriebswege und Produktkategorien im Neugeschäft der Lebensversicherer 2024

29 OLG Dresden untersagt „Unabhängig"-Werbung – AfW warnt vor Auswirkungen auf Marktauftritt der Maklerschaft

30 BVK zur Diskussion um Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern

31 AfW und BFV betonen gesetzlich verankerte Stellung: Unabhängigkeit des Versicherungsmaklers bleibt zentrale Eigenschaft

32 Die Spitzenreiter im Wettbewerb um herausragenden Maklerservice

33 30. Treffen der AfW-Initiative „Pools für Makler"

34 An Vertriebszielen orientierte Vergütungen sind für Vermittler kritisch

35 Aktuelle Trendstudie: Googeln war gestern? Wie KI die Online-Suche der Verbraucher verändert

37 Regulierung ohne Ende: Versicherungsmakler fürchten zunehmenden Bürokratieaufwand

38 BDVM-MAKLER blicken optimistisch in die Zukunft – Personalbindung: Weiterbildung im Fokus

40 Erben und Schenken: 44 Prozent der Vermittler beraten zu Nachlassmanagement mit Fondspolicen

41 Jede zehnte Person informiert sich mit Künstlicher Intelligenz zu Finanzen

42 Kundenservice – Wie Versicherte ticken und was Vermittler denken

43 BVK-Strukturanalyse: Vermittlerbetriebe wirtschaftlich stabil, Kosten steigen schneller als Einnahmen

44 bAV zwischen Garantien und Rendite: Makler fordern variable Anpassungsmöglichkeiten

45 Liechtenstein Life-Maklerbefragung: Altersvorsorge mit Fondspolicen – Rendite hat Priorität

46 BaFin-Kritik am Vertrieb: BVK sieht Versicherer in der Pflicht

46 AfW veröffentlicht Praxisleitfaden für den sicheren Einsatz von KI in Vermittlerunternehmen

47 Weniger Poolanbindungen – mehr Umsatz!

48 Jeder vierte Deutsche hat sich im letzten Jahr in Finanzangelegenheiten beraten lassen

49 Jeder Dritte schiebt Thema (Ver-)Erben vor sich her

51 So könnte FIDA die Branche verändern

52 GDV-Statistik: Jeder fünfte Versicherungsvertrag wird digital abgeschlossen

53 Wer besitzt wie viel? Ein Vermögensvergleich nach Altersgruppen

55 Zahl unabhängiger Vermittlerinnen und Vermittler mit Zulassung nach § 34 d, f und i Gewerbeordnung steigt

56 § 34k GewO: Vermittlung von Ratenkrediten wird ab 2026 reguliert

57 BVK warnt: Überregulierung überfordert Kunden und Vermittler gleichermaßen

VERSICHERUNGEN

58 Gefragt und gefordert: Jungmakler in der Versicherungswelt

59 Funk Vorsorge zu betriebliche Altersversorgung (bAV): Unternehmen setzen vermehrt auf eigenständige Risikoabsicherungspläne

60 Funk-Studie zeigt: Immer mehr Mitarbeitende nutzen die betriebliche Krankenversicherung

61 Revolution im Ruhestandsmarkt: Die KI-Fondspolice als Gamechanger für Vermittler

62 Willis erwartet 2026 einen deutlich selektiveren Industrieversicherungsmarkt

63 Gleichgerichtete Interessen – warum der Markt für Nettoversicherungen weiter wächst

65 Rendite und Sicherheit: Kombi-Strategie wird immer beliebter bei privater Altersvorsorge

66 Haftungsrisiken für Manager und Berater steigen

67 Drei von vier Befragten kennen keine Grundfähigkeitsversicherung

68 Mehr als die Hälfte der Deutschen hat eine Rentenlücke von über zehn Jahren

70 IVFP Studie: Alternative Investments im Versicherungsmantel – Markt nimmt Fahrt auf

71 Lebensversicherung unter Druck: "Wenn die Neo-Broker in die Altersvorsorge kommen, fressen sie uns auf."

73 Studie zeigt: Millennials und Gen Z verzichten zunehmend auf Lebensversicherungen

75 Fast jede zweite Frau fühlt sich fürs Alter nicht gut abgesichert

76 HDI Rentner-Studie: Mehr als die Hälfte der Ruheständler fürchtet Armut – erhebliche Vorsorgelücken vor allem bei Mietern

INVESTMENT

78 Die Elite der Vermögensverwalter im deutschsprachigen Raum 2026: Vermögenserhalt ist den Vermögenden heute zu wenig – sie wollen mehr Performance

79 FPSB Deutschland: Das Problem der Wiederanlage – und welche Lösungswege es für Anleger gibt

80 Verpasste Chance: Wie die Bundesbürger Rendite verschenken bei der Geldanlage

81 Fehlende Beratung und mangelndes Finanzwissen bleiben wichtige Gründe, warum viele nicht investieren

82 Krypto gehört in jedes Portfolio – Investmentpunk Gerald Hörhan über die neue Ära der digitalen Vermögensstrategie

84 Consorsbank-Studie: Kleine Träume, große Pläne – wie Eltern für ihre Kinder anlegen

86 Wird KI zum Super-Immobilienmakler?

87 Maklerquote stabilisiert sich im zweiten Quartal 2025

RECHT

88 19 Millionen potentiell Betroffene: Worauf bei der Insolvenz-Vorsorge für die betriebliche Altersvorsorge zu achten ist

90 Beratungsverzicht bei der Versicherungsvermittlung

IMPRESSUM

28 Impressum



Quelle: © Vibe Stock - AdobeStock.com

NORAMCO
- über 2.500 % Wertentwicklung mit ALGER
- über 1.250 % Wertentwicklung bei DAVIS





Edgar Bauschert und Cornelius Theiß
Managing Director NORAMCO Asset Management S.A.

Seit über 30 Jahren arbeitet die NORAMCO mit den unabhängigen Fondsgesellschaften ALGER und DAVIS zusammen. Firmengründer Joe Becker, hat es sich nicht leicht gemacht, um die richtigen Partner aus den USA für seine europäischen Kunden zu finden.

Beide Fondsgesellschaften verkörpern die verschiedenen Anlagestile des Growth- und Value-Investings mit unterschiedlichen Schwankungsbreiten bzw. Volatilitäten und werden damit den unterschiedlichen Investmentprofilen der Anleger und Berater gerecht.

Ein Anleger, der am 19.08.1996 eine **Einzahlung von 100.000,- Euro** in den **Alger American Asset Growth Fund A US** geleistet hat, verfügte zum Jahresende 2025 über ein Vermögen von **mehr als 2,5 Mio. Euro.** Mit einer Investition von **100.000,- Euro** bei Fondsauflage in den **Davis Value Fund A** wäre das Vermögen per Ende 2025 auf **über 1,28 Mio. Euro** gewachsen.

Verantwortlich für diesen außergewöhnlichen Wertzuwachs ist neben der langfristigen Anlage in erstklassige Fonds auch der damit verbundene Zinseszinseffekt, durch den sich das angelegte Kapital langfristig exponentiell vermehrt.

Dies ist für viele Fondsgesellschaften ein Mythos, aber bei NORAMCO gelebte Realität.

Die Ergebnisse der Fonds von ALGER und DAVIS

Seit fast 30 Jahren stehen jeweils ein Fonds von ALGER und DAVIS im Fokus, die speziell für NORAMCO im europäischen Markt aufgelegt wurden und bis heute die Top-Empfehlungen der Gesellschaft für ihre Anleger und Vertriebspartner sind.

Hier die Ergebnisse seit Auflage der Fonds bis zum 31.12.2025 auf Euro-Basis:

	Rendite kumuliert	Rendite pro Jahr	Datum der Auflegung
Alger American Asset Growth Fund A US	+ 2.543,9 %	+ 11,8 %	19.08.1996
Davis Value Fund A	+ 1.285,3 %	+ 8,9 %	10.04.1995

Die erstklassige und weitsichtige Auswahl von Joe Becker zeigt sich nicht nur in den langfristigen Ergebnissen der beiden Fondsgesellschaften, sondern auch in den Auszeichnungen, die ALGER für den Alger American Asset Growth Fund A US über verschiedene Anlagezeiträume erhalten hat.

Alger American Asset Growth Fund A US
LU0070176184



2026
Platz 3 über 1 Jahr
Platz 1 über 3 Jahre



2025
Platz 1 über 1 Jahr
Platz 1 über 20 Jahre



2024
Platz 1 über 20 Jahre

Auszeichnung in der Kategorie: Aktienfonds Nordamerika

NORAMCO Quality Funds

Der **NORAMCO Quality Funds USA** wurde im Jahr 2000 ins Leben gerufen. Die Idee war es, die unterschiedlichen Anlagestrategien - Growth und Value - mit dem Know-how der beiden erfahrenen und am US-Aktienmarkt sehr erfolgreichen Fondsmanager ALGER und DAVIS in einem Produkt zu vereinen. Diese Strategie hat sich für die Anleger als sehr erfolgreich erwiesen: Der Fonds erzielte eine durchschnittliche jährliche Rendite von + 9,8 % in Euro über zehn Jahre per 31.12.2025.

Im Jahr 2001 erweiterte die NORAMCO ihre Produktpalette um den auf europäische Aktien spezialisierten **NORAMCO Quality Funds Europe**. Im Januar 2026 übernahm Goodhart Partners LLP das Fondsmanagement dieses Teilfonds. James Sym, der bereits im Mai 2024 die Verantwortung für die Aktienauswahl übernahm, bleibt Fondsmanager, sodass die Kontinuität der Anlagestrategie gewährleistet ist. Bei der Aktienauswahl legt das Fondsmanagement seit vielen Jahren großen Wert auf sozial verantwortliches Investieren (SRI-Produkte). Da das Thema Nachhaltigkeit in den letzten Jahren jedoch immer stärker in den Vordergrund rückte, erfolgte im Mai 2024 die Umstellung des Fonds auf einen ESG-Fonds gemäß Artikel 8 der EU-Verordnung 2019/2088.

Vertriebsunterstützung der NORAMCO

Die NORAMCO Quality Funds sind über alle gängigen Fondsplattformen handelbar.

Bei der FNZ Bank und der FIL Fondsbank bietet die NORAMCO ihren Vertriebspartnern ein hochprofessionelles Beratungstool für die Finanzanlageberatung und den Fondsvertrieb. Mit diesem Beratungstool haben die Vermittler die Möglichkeit sämtliche Daten und Berichte auf die entsprechenden Plattformen zu übertragen und zu hinterlegen. NORAMCO begleitet damit ihre Vertriebspartner im Rahmen der Digitalisierung bei allen rechtlichen und regulatorischen Anforderungen auch in Bezug auf nachhaltiges Investieren.

„Nach meinen Jahren 1994 - 1998 als Vertriebsdirektor der Firma NORAMCO habe ich mich Anfang 1998 mit einer eigenen Vertriebsorganisation selbständig gemacht. Ohne die Erfahrungen von Herrn Joe Becker und der weiteren Unterstützung der NORAMCO wäre dies sicherlich nicht möglich gewesen. Dass ich nach über 20 Jahren nochmals zurückkehre und die NORAMCO dann Ende 2021 gemeinsam mit meinem Partner, Cornelius Theiß, übernehmen konnte, das empfinde ich bis heute immer noch als eine große Ehre mit einer besonderen Verantwortung." (Edgar Bauschert, NORAMCO)

Risikohinweis: Performance der Vergangenheit ist keine Garantie für zukünftige Entwicklungen. Die gezeigte Performance wurde nach Abzug aller Kosten des Fonds unter Anwendung der BVI-Methode berechnet. Dies ist keine Anlageberatung oder Kaufempfehlung. Allein gültig sind die offiziellen Verkaufsdokumente.

Rating der Ratings: Deutschlands beste Lebensversicherer 2025



Dr. Marco Metzler

Geschäftsführer, Metzler Ratings GmbH

FBM: Herr Dr. Metzler, wie funktioniert das von Ihnen herausgebrachte Metzler Meta-Rating?

Dr. Marco Metzler: Im Prinzip ist das die Zusammenfassung mehrerer Ratings – wie der Fachbegriff lautet – ein aggregiertes Rating." Dabei werden mehrere Noten, Punkte oder Ratings, die für ein Produkt oder eine Dienstleistung abgegeben wurden, zu einem einzigen Wert zusammengefasst. Dies kann durch verschiedene Methoden geschehen. Eine gängige Methode ist die Ermittlung des arithmetischen Mittelwerts aus allen Ratings. Metzler Ratings hat für sein „Rating der Ratings" alle in Deutschland aktiven Lebensversicherer ermittelt, die von den drei in Deutschland führenden Produktrating-Agenturen in allen drei Schichten der Lebensversicherung (Rürup- und Riester-Rente, betriebliche und private Altersvorsorge) bewertet wurden und mindestens ein Finanzstärke und ein Service-Rating aufweisen können.

FBM: Was war die Hauptmotivation, das Metarating für Lebensversicherer zu initiieren – welche Lücke füllt Ihr „Rating der Ratings" im Markt der Bewertungsagenturen?

Dr. Marco Metzler: Jeder Versicherer verfügt über unzählige Ratings, die unterschiedliche Aussagekraft und Relevanz haben. Das Meta-Rating soll dem Vermittler als auch dem Kunden auf einen Blick die vergebenen Ratings des jeweiligen Versicherers zusammenfassen und zu einem Gesamtergebnis aufgeschlüsselt nach Finanzstärke-, Produkt- und Serviceratings zusammenzuführen. Das von uns entwickelte Meta-Rating, also die Zusammenfassung der vielen verschiedenen Ratings für Lebensversicherer, macht es für interessierte Endkunden und Versicherungsvermittler relativ einfach, sich im dichten Gestrüpp der Lebensversicherungs-Ratings zurechtzufinden. Das ist bisher einzigartig im Ratingmarkt der Lebensversicherer.

FBM: Wie stellen Sie sicher, dass das aggregierte Metarating wirklich neutral und unabhängig die Marktmeinung abbildet?

Dr. Marco Metzler: Alle von Metzler für das aggregierte Rating verwendeten Ratings der einzelnen Ratingagenturen sind auf den Webseiten der jeweiligen Ratinganbieter öffentlich zugänglich. Auf eine Gewichtung der einzelnen Ratings oder der Ratinganbieter wurde bei der Erstellung des Meta-Ratings bewusst verzichtet. Daher werden alle Ratingagenturen gleichgewichtet berücksichtigt und es zählt jeweils nur das beste Rating über alle Agenturen im jeweiligen Segment.

FBM: Können Sie kurz die wichtigsten methodischen Schritte bei der Aggregation der Einzelratings erläutern?

Dr. Marco Metzler: In Sachen Finanzstärke hat Metzler Ratings auf Ratings von Assekurata, S&P, Fitch sowie eigene Qualitätsratings zurückgegriffen und dergestalt aggregiert, dass immer nur das Beste Rating aller Agenturen bei der Finanzstärke für die jeweiligen Versicherer in der Note berücksichtigt wurde. Bei den Produktratings wurden auf Ratings der drei renommiertesten Ratingagenturen für Lebensversicherungsprodukte – Franke & Bornberg (F&B), Ascore und Institut für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP) –zurückgegriffen, da diese eine breite Abdeckung an Ratings über alle drei Schichten der Altersvorsorge (gesetzliche Schicht – hier also Rürup-Rente, betriebliche und private Schicht) sicherstellen.

Dafür wurden in einem ersten Schritt für jeden Lebensversicherer die besten Produktratings von jeder der drei Agenturen in jeder Schicht zu Teilergebnissen zusammengefasst. Diese drei Teilergebnisse – in die auch einfloss, ob in der jeweiligen Schicht überhaupt Ratings vorlagen – wurden dann zu einem Produktrating über alle drei Schichten gebündelt. In einem weiteren Schritt hat Metzler Ratings dann die Teilratings in Sachen Finanzstärke, Produkt und Service-Qualität zu einem Gesamtrating zusammengefasst, um den Lebensversicherer mit den besten Ratings insgesamt zu ermitteln. Dabei wurden alle drei Bereiche gleich gewichtet.

FBM: Nach welchen Kriterien haben es bestimmte Lebensversicherer – wie etwa die WWK – an die Spitze des aktuellen Metaratings geschafft?

Dr. Marco Metzler: Insgesamt überzeugt im Metzler Meta-Rating die WWK mit Werten von jeweils 1,00 bei den Finanzstärke- und den Service-Ratings. Bei der Produktratings kam sie mit einer Note von 1,78 punktgleich mit der Allianz auf den achten Platz. Dies ergab unterm Strich ein Gesamtrating von 1,26. Das sicherte der WWK auch im diesjährigen Meta-Rating von Metzler Ratings erneut den ersten Platz und als einzigem Lebensversicherer die Gesamtnote „Sehr Gut". Mit der Note „Gut" schafften es in die Top Five: die Allianz mit einem Rating von 1,59, die LV 1871 (1,81), die Nürnberger (1,85) und die Hannoversche mit 1,96.

FBM: Weshalb ist solch ein Meta-Rating wichtig?

Dr. Marco Metzler: Wer eine Lebensversicherung abschließt, bindet sich meist über Jahrzehnte an einen Anbieter. Da sollte man vor Abschluss so gut wie möglich ermitteln, welche Lebensversicherer von den verschiedensten Versicherungsexperten als die Besten am Markt eingeschätzt werden. Dabei kann unser „Rating der Ratings" eine wertvolle Hilfe sein."

Komplettes Meta-Rating hier

https://www.yumpu.com/de/embed/view/kN3bQaOzM6AyJGUL

Autor: www.metzler-ratings.com



Quelle: © oneday - AdobeStock.com

Neue Krankenkassen-App als Vertriebswerkzeug



Thomas Adolph

Geschäftsführer, Kassensuche GmbH

In Deutschland sind rund 75 Mio. Menschen gesetzlich krankenversichert. So gut diese Absicherung im internationalen Vergleich auch ist, so sind aber natürlich trotzdem nicht alle aus Kundensicht wünschenswerten Leistungen darin abgedeckt. Die große Nachfrage nach zusätzlicher privater Absicherung zeigt dies deutlich. Aufgrund der Einschränkungen durch den Gesetzgeber hat nur eine Minderheit die Möglichkeit, in eine private Vollkostenversicherung zu wechseln. Der großen Mehrheit bleibt dies verwehrt, sie müssen in der GKV bleiben. Gerade dies führt immer wieder zu Frustration, wenn zum Jahreswechsel die Krankenkassen ihre Beiträge auf breiter Front anheben (müssen) und so wieder einmal weniger Netto vom Brutto bleibt.

Doch diese alljährlich eintretende Verärgerung ist gleichzeitig auch idealer Kontaktpunkt und Vertriebsansatz – denn in den allermeisten Fällen ist es sehr einfach, durch die Wahl einer geeigneteren Krankenkasse große Vorteile für seine Kunden zu realisieren.

Ende 2025 waren von 75 Mio. Versicherten lediglich etwas mehr als 2 Mio. bei den beiden preisgünstigsten bundesweit geöffneten Krankenkassen versichert. Allein an diesem Verhältnis lässt sich das Potential an Personen erkennen, bei denen ein einfacher Kassenwechsel finanzielle Vorteile bringt. Also die Zahl derer, bei denen das Thema GKV ein idealer Türöffner sein kann, um dann natürlich entsprechendes Cross-Selling zu betreiben.

Und ja: Nicht jede Versicherte, jeder Versicherter zahlt selbst Beiträge, es gibt natürlich die beitragsfrei Familienversicherten. Aber auch die haben ein gewaltiges Interesse, besser versorgt zu sein mit Gesundheitsleistungen.

Genau dort liegt auch der viel größere Hebel als nur bei den Beitragssätzen! Denn die Krankenkassen bieten durchgängig mehr und bessere Leistungen an, als sie eigentlich müssten. Wir alle wissen, dass jede gesetzliche Krankenkasse die vorgeschriebenen Pflichtleistungen in gleicher Art und Güte

erbringen muss. Das ist quasi die Absicherung nach unten – in absolut keiner Kasse ist man schlecht versichert, man kann also bei der Wahl keinen großen Fehler machen. Aber man kann sich durch clevere Entscheidungen sehr schöne Vorteile sichern, denn praktisch jede Krankenkasse bietet darüber hinausgehende Mehr-, Zusatz- und Serviceleistungen – diese unterscheiden sich allerdings von Kasse zu Kasse teils erheblich!

Wenn der Vertrieb hier mit entsprechenden Informationen ausgestattet ist und ganz einfach die für den jeweiligen Kunden tatsächlich relevanten Vorteile aufzeigen kann, ist zusätzlicher Umsatz praktisch vorprogrammiert.
Wir sehen gerade bei gut beratenen Kunden, dass sich diese im Verhältnis viel häufiger für Krankenkassen mit Beitragsrückerstattung bei Leistungsfreiheit oder für Versicherungszuschüsse entscheiden als Personen, die keine Beratung genießen. Ebenso sind besondere Bonusprogramme und Serviceleistungen wie z.B. die kasseneigene Vermittlung von Facharztterminen hochattraktiv. Letzteres kann Kunden immens Zeit sparen und eine viel schnellere Versorgung bei Bedarf ermöglichen – unbezahlbar, wenn wir ehrlich sind.
Ebenso sind es die stark nachfragten Zahnleistungen – vor allem hier die kostenfreie oder bezuschusste Professionelle Zahnreinigung – oder sanfte Medizin wie Osteopathie, die sich Versicherte von ihrer Krankenkasse wünschen.
Nachdem aber nicht jede Kasse alles an Mehrleistungen bietet, muss man sehr genau hinschauen.

Die Krankenkassen-App als ideales Hilfsmittel

Wo auch immer man mit seinem Kunden ins Gespräch kommt - der Einstieg wird sicherlich die Frage sein, ob der Kunde sicher ist, in der für ihn passenden Gesetzlichen Krankenkasse Mitglied zu sein. Im Zweifelsfall ist das mittels der von der Kassensuche GmbH speziell entwickelten Krankenkassen-App für Versicherungsprofis superschnell zu überprüfen: Einfach die Kassensuche aufrufen und den Kunden entscheiden lassen, was individuell bei einer Krankenkasse besonders wichtig ist. Egal ob nur der Beitrag, bestimmte Leistungen wie kostenfreie Professionelle Zahnreinigung, Osteopathie oder Telemedizin auch nachts und am Wochenende oder Bonuszahlungen für Fitnessclub oder private Zusatz-Krankenversicherungen oder Beitragsrückerstattungen bei Leistungsfreiheit – mehr als 70 Leistungen und Serviceangebote stehen zur Auswahl. Angezeigt werden die genau passenden Krankenkassen und ganz einfach ist ein Vergleich mit der bestehenden Krankenkasse erstellt. Der kann natürlich direkt per E-Mail oder Messenger dem Kunden zur Verfügung gestellt werden.

So sieht der Kunde direkt, was konkret an Mehrleistungen möglich ist und wieviel in Euro und Cent er aktuell sparen kann. Entscheidet er sich nun für einen Wechsel, kann bei den allermeisten der aktuell 67 beantragbaren Krankenkassen eine bequeme Online-Antragsstrecke genutzt werden – ganz ohne Unterschriftsnotwendigkeit!
Besonders schön dabei: Es gibt bekanntlich einen Kontrahierungszwang, also eine Pflicht zur Aufnahme für die neue Krankenkasse. Dadurch spielt der aktuelle Gesundheitszustand gar keine Rolle bei einem Krankenkassenwechsel!

Und auch die Sprache soll kein Hinderungsgrund für einen Kassenwechsel sein. Im Januar 2026 wird die Online-Antragsstrecke mehrsprachig. So wird es für Personen mit Migrationshintergrund noch viel einfacher, sich im GKV-System zurechtzufinden und zu einer Krankenkasse genau nach ihren Wünschen zu wechseln.

Alle Funktionen in der Tasche dabei

Die neue Krankenkassen-App mit all diesen Vorteilen ist für alle Endgeräte und unabhängig vom Betriebssystem nutzbar. Dabei sind alle Inhalte des Portals makleraktiv.de in der App enthalten: Vergleichsrechner, Leistungsübersichten, die tagesaktuellen Zusatzbeiträge und natürlich die Online-Anträge direkt aus der App. Also alles was man braucht, um das GKV-Geschäft effizient und selbsterklärend abzuwickeln.
Nutzbar ist die App für alle direkt über www.makleraktiv.de angebundenen Partner.
Eine Anmeldung ist direkt dort möglich. ■

Die Patriarch Multi-Manager GmbH im Wandel der Zeit

Von der innovativen „Produktschmiede“ zum kreativen „(Fonds-)Ideenpool“



Dirk Fischer

Geschäftsführer,
Patriarch Multi-Manager GmbH

Den kleineren Spezialisten in der Finanzdienstleistungsszene wird oft nachgesagt, dass ihre Existenzberechtigung in der schnelleren Reaktionszeit und vor allem in der Wandlungsfähigkeit liegt. Insbesondere an die sich stetig verändernden Marktanforderungen. Ein Paradebeispiel für ein solches Unternehmen scheint die Frankfurter Fondsboutique Patriarch Multi-Manager GmbH zu sein. Im Konzert der großen Player hat sich die Patriarch seit über zwei Jahrzehnten beeindruckend positioniert. Attribute, wie kompetent, innovativ, kundenorientiert, flexibel und verlässlich, begegnen einem, wenn man im Markt nach einem Bild zur Wahrnehmung der Frankfurter Company nachhört. Vertriebserfolg wollte es genauer wissen und hat bei Dirk Fischer, Geschäftsführer der Patriarch, nachgefragt:

Wanschka: Sie leiten ihr Unternehmen nun schon im 19. Jahr, Herr Fischer. Was hat sich an der heutigen Positionierung der Patriarch am meisten verändert?

Fischer: In den ersten 10 Jahren unserer Unternehmensgeschichte waren wir eine reine innovative, aber klassische Produktschmiede, Herr Wanschka. Wenn wir eine gute Finanzlösung erkannt haben, haben wir diese im Anschluss stets selbst gebaut und lediglich das Management drittbesetzt. Mit wachsendem Bekanntheitsgrad unseres Labels haben wir unsere Strategie überdacht und in Richtung zusätzlicher Promotion von qualitativ hochwertigen Lösungen von Partnergesellschaften erweitert. Warum alles selbst kreieren, wenn so viel Gutes schon am Markt ist, es viele Protagonisten einfach nur noch nicht kennen? Das ist deutlich effizienter und erhöht die Neutralität gegenüber unserer B2B-Kundschaft. Das ist sicherlich der größte Schwenk in unserer Unternehmensgeschichte gewesen, der uns aber sehr gut bekommen ist. Heute liegen knapp 2/3 unserer Tätigkeit auf dem Drittvertrieb und nur noch 1/3 bei unserer klassischen Herkunft, der eigenen Produktwelt und damit dem Produktbau.

Wanschka: Sind Sie sicher, dass alle Marktteilnehmer diese Positionierungsveränderung schon verinnerlicht haben, Herr Fischer?

Fischer: Da legen Sie zurecht den Finger in die Wunde. In der Praxis bei all den mit uns in Verbindung stehenden Beratern, ist die veränderte Produktlandschaft der Patriarch natürlich längst Normalität und sozusagen unbewusst schon in Fleisch und Blut übergegangen. Kein Wunder,

denn unsere Ideen kann jeder Finanzberater eindecken, wo immer er üblicherweise abwickelt. Wir liefern nur die Idee und werden bei finaler Umsetzung aus dem Produkt honoriert. Daher war die dortige Neupositionierung ein schleichender, aber automatischer Prozess.

Fragt man jedoch Mitbewerber, Journalisten, Ratingagenturen oder Neukunden, die bisher wenig mit uns in Verbindung standen, nach unserem Tun, so ist die Antwort stets „ah, das sind doch die Frankfurter Produktkreateure". Hier ist der Schwenk in die Neuzeit also noch nicht erfolgt. Was wir uns selbst ankreiden, da wir dies auch nach außen bisher viel zu wenig visibel gemacht haben bzw. zu wenig kommuniziert haben. In Zukunft werden wir stark unter dem Zusatzlabel „(Fonds-)Ideenschmiede" agieren. „Fonds" bewusst in Klammern, da wir ja auch zwei Labelpolicen und einige Fondsvermögensverwaltungslösungen anbieten.

Wanschka: Hätten Sie denn zur besseren Darlegung mal einige Praxisbeispiele zu ihren letzten Vertriebsproduktideen?

Fischer: Gerne. Im Dezember des letzten Jahres haben wir beispielsweise das Vertriebsmandat für den **Schmitz & Partner Global Defensiv (WKN: A0M1UL)** übernommen. Ein Top-Fonds eines Schweizer Vermögensverwalters, welcher noch nahezu unentdeckt in Deutschland war. Mit Plus 29% in 2025 ein echter Top Shot. Im zweiten Quartal 2025 hatten wir unsere Zusammenarbeit mit dem Homburger Vermögensverwalter Taunus Trust gestartet. Hier steht der **TT Contrarian Global (WKN: A3CRQ7)** im Fokus, welcher 2025 sogar mit Plus 39% abschloss. Aber vergessen wir mal nicht unsere eigene Produktpalette. Hier erfreut sich der **Patriarch Classic TSI (WKN: HAFX6Q)** einer seit Jahren stetig wachsenden Beliebtheit. Kein Wunder, ein Fonds, der seit 12 Jahren einen rein quantitativen Ansatz belegbar extrem erfolgreich verfolgt, passt in Zeiten von KI natürlich unfassbar gut in den Markt. Und Plus 15% in 2025 bestätigten einmal mehr den hervorragenden Trackrekord. Ebenso wie der gerade erhaltene Euro-Funds-Award für das 10-Jahres-Ergebnis. Und dies sind nur drei von vielen qualitativ ähnlich reizvollen Ideen für ambitionierte Fondspicker, Dachfondsmanager oder Vermögensverwalter.

Wanschka: Die richtigen „Abräumer" sollen aber laut Marktfeedback ihre Minenfonds aus dem Hause Commodity Capital gewesen sein?

Fischer: Sie sind mal wieder gut informiert, Herr Wanschka. Ja, mit Renditen von 145% und 93% in 2025 haben der **Commodity Capital Global Mining (WKN: A0YDDD)** und der **Structured Solution Next Generation Resources (WKN: HAFX4V)** wirklich unfassbar performt. Da wir aber keine Performanceblender sind, wissen wir auch, dass die Rohstoffe und Minenwerte in 2025 sicherlich ein Ausnahmejahr erlebt haben und wissen dies mit unseren Kunden gemeinsam realistisch zu bewerten.

Wanschka: Die Fondskonzepte in allen Ehren, zuletzt hörte man aber auch immer wieder von einer innovativen Einmalbeitragspolice, die ihr Haus vor 4,5 Jahren aus Italien nach Deutschland gebracht hat. Was hat es damit auf sich und wie wichtig ist das Versicherungsgeschäft als Standbein für Sie?

Fischer: Das ist korrekt, Herr Wanschka. Dabei handelt es sich um den **Mediolanum Life Plan** mit seinem integrierten Alleinstellungsmerkmal eines einzigartigen Beitragsdepots, der **Intelligent Investment Strategy**. Diese stornofreie Police ist zurecht seit Jahren der Renner in ihren Heimatmärkten Italien und Spanien und wir sind sehr stolz, dass es uns gelungen ist, dieses Konzept nach Deutschland zu holen. Denn die Intelligent Investment Strategy liefert quasi einen Cost-Average-Ansatz 2.0 und eliminiert das Timingrisiko bei einer Aktieninvestition in einer Police. Damit eröffnet sich über das Produkt mit knapp 80% aller Deutschen die größte vorhandene Kundenzielgruppe. Nämlich Menschen, die Aktien als Renditeturbo bräuchten, bisher aber keiner Lösung dazu vertraut haben. Die Intelligent Investment Strategy steuert emoti-

onslos und nach klaren Regeln das Investitionstiming in den Aktienmarkt und sorgt für stetig konstante Rückkaufswerte. Die Umsätze kennen seit Markteinführung daher zurecht nur die stark steigende Richtung. Das Konzept ist wirklich konkurrenzlos einzigartig.

Daraus kann man bereits den zweiten Teil ihrer Frage ablesen. Der Versicherungsbereich ist für uns enorm wichtig. Schließlich gibt es nahezu fünf Mal so viele Berater mit der Erlaubnis für dieses Segment, wie für das Fondssegment. Dazu sind viele elementar wichtig Aspekte, wie steuerliche Vorteile oder die Absicherung biometrischer Risiken oder die Generationenoptimierung von Vermögen einfach nur über den Versicherungsbereich darstellbar.

Wanschka: Und wie unterscheidet sich hierbei Ihre andere Labelpolice, die A&A Superfonds-Police?

Fischer: Die A&A Superfonds-Police ist unsere Lösung für ratierliche Sparformen, die nicht im Depot erfolgen sollen. Sie ist kostenseitig ein absoluter Preishammer und über die AXA mit einem systemrelevanten Versicherer versehen. Dazu ist sie die einzige Versicherungslösung deutschlandweit, in welcher man Patriarch Fondsvermögensverwaltungslösungen als Policenmotor für verlässliche Rendite einsetzen kann.
Unsere beiden Versicherungslösungen sind also keine „Oder-Konzepte" sondern „Und-Konzepte", da sich beide perfekt mit unterschiedlichen Stärken ergänzen. Genau so nutzen dies auch die mit uns kooperierenden Partner.

Wanschka: Soweit der Blick in die Vergangenheit. Aber was sind die Pläne für die Zukunft? An welchen Vertriebsideen arbeiten Sie aktuell?

Fischer: Sie haben natürlich recht. Bei allem Erfolg ist Stillstand immer Rückschritt. Daher liegt aktuell unser Fokus auf dem Thema ELTIF. Hier arbeiten wir gemeinsam mit unserem Mutterkonzern, der Heliad AG, für interessierte Kunden am Zugang in die Assetklasse Venture Capital via ELTIF. Die Heliad AG ist hier Spezialist und der ELTIF die perfekte Hülle. Ein weiterer interessanter Bereich ist das neue Altersvorsorgedepot als quasi bessere und aktienlastigere Riesterfortführung in Zukunft. Hier prüfen wir ebenfalls, wie wir uns dort bestmöglich positionieren können.

Sie sehen also, Herr Wanschka, ob man uns nun als Produktschmiede oder Ideenpool wahrnimmt, so wirklich zur Ruhe kommt ein innovativer Spezialanbieter wie wir, eigentlich nie. Ist aber auch genau richtig so.

Wanschka: Ein schönes Schlusswort, Herr Fischer. Ich bedanke mich für das informative Gespräch und wünsche auch in den nächsten Jahren weiterhin viel Erfolg! ■



Quelle: © Patriarch-Team / Foto KI generiert

Die Branche im D-Zug – die KI im ICE – Vertriebsgipfel Tegernsee 2026



Stephan Appel

Geschäftsführer,
CHECK-Analyse

Rückschau und Kommentar von Stephan Appel, Geschäftsführer und Analyst, CHECK-Analyse, zum Vertriebsgipfel Tegernsee am 14.+15. Januar 2026 in Rottach-Egern.

Relative Geschwindigkeiten

Die Auseinandersetzung mit der KI im Kapitalanlage- und Versicherungsvertrieb ist wie eine Fahrt in einem D-Zug, neben dem auf dem Nebengleis ein Hochgeschwindigkeits-ICE in gleicher Richtung vorbeifegt. Die Insassen des D-Zugs, in dem die klassischen Branchen mit etablierten Konzeptions- und Vertriebsmethoden sitzen, haben das Gefühl, deutlich hinter dem Nachbarzug, in dem die KI-Nerds der Zukunft sitzen, zurück zu bleiben, obwohl sie sich subjektiv auf guter Fahrt zu befinden scheinen.

Ist die KI ein trojanisches Pferd?

Doch der Zug auf dem Nebengleis, der hier für die Fortschritte der KI steht, macht mit steigender Geschwindigkeit deutlich, dass das Potenzial und die Folgen des umfassenden KI-Einsatzes im Kapitalanlagen- und Versicherungsgeschäft bestenfalls erahnt werden. Mit beeindruckender Klarheit konnten die Teilnehmer auf dem diesjährigen Vertriebsgipfel, organisiert vom Friedrich Wanschka Medienverlag (Friedrich Andreas Wanschka, RedaktionMedien) zusammen mit Astrid Klee auf fachlich höchstem Niveau erfahren und verinnerlichen, inwieweit „ die KI das trojanische Pferd für Maklerpools “ bedeutet (Vortrag von Peter Härtling GF Deutsche Gesellschaft für Ruhestandsplanung).

Wie kann der Vertrieb von der Wissenschaft profitieren?

Kann ausgerechnet die GKV ein „ Türöffner beim Kunden “ sein, um „ eigene Produkte zu platzieren “ (Thomas Adolph GF Kassensuche GmbH)? Und kann die Investmentplattform für Fondspolicen „samperform“ helfen, „ rauszuholen was möglich ist “ (Thorsten Dorn GF Smart Asset Management Service GmbH)? Flankiert von den Empfehlungen von Patriarch-Urgestein Dirk Fischer, „ Top Fehler bei der Fondsselektion “ zu vermeiden? Der rote Faden scheint die Fähigkeit zu sein, „ ScienceFacts against FakeNews “ zu erkennen und „ von der Wissenschaft zu profitieren “ (Jens Birkenbeul, Founder & Chairman sonares GmbH).


Quelle: © Astrid Klee

Wozu wurde der ELTIF liberalisiert?

Alex Gadeberg (Vorstand Fondsbörse Hamburg, jetzt auch Wertpapierinstitut) hat uns vor dem Hintergrund seines Interesses an einem funktionierendem Erst- und Zweitmarkt aufgeklärt, wie die Abwicklung von ELTIFs auch ohne Hemmnisse der Depotbanken gelingen kann (die sich damit immer noch schwertun). Dazu passte, dass Florian von Tucher (Vorstand M&P-Group sowie Emittent des ELTIF SIERA) den eigentlichen Sinn des flexiblen, auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Fondsmantel ELTIF zusammen mit Dr. Carsten Zielke (GF Zielke Research Consult GmbH) in offener Diskussionsrunde erläuterte. Denn im Kern gehe es um die private Finanzierung des Green Deal und nicht um eine Neuverpackung für Private Equity-, Infrastruktur- oder Immobilienprojekte ohne Nachhaltigkeitsbezug. Diese Sichtweise blieb strittig.

Vertrieb muss sich verändern

Die Vertriebslandschaft muss sich verändern. Gründlich durchgerüttelt wurde sie schon. Der Trend, das Produkt vom Kunden her zu denken und genau auf ihn abzustimmen, ist die Chance der anpassungsfähigen Anbieter. Nur diesen gelingt die Gewinnung von „ Top Talenten in einem Markt, der sich rasant wandelt “. Personalgewinnung empathischer Manager gelingt nicht nur über Geld und Prestige, sondern vor allem durch Werte und einen kooperativen Führungsstil, wie uns Freddy Cremer an eindrucksvollen Beispielen aus seiner Tätigkeit für die KremerCollege GmbH erläuterte.

Produkte und Kommunikation individualisieren

Den Wettlauf um das Überleben mit der KI wird gewinnen, wer es schafft, Produkte und Kommunikation maßgeschneidert zu individualisieren statt zu skalieren. Das ist der eigentliche Gamechanger im Potenzial der KI. Die Medizin ist das Produkt, das als Medikament genau auf die individuellen Bedürfnisse des Anlegers passen sollte, egal ob als Police oder Investment. Von Axel Stempel durften wir lernen, wie „ KI Versicherungsentscheidungen beeinflusst “ (GF HEUTE UND MORGEN), von Andreas Grimm die These, welche „ Chancen für kleine Makler dadurch entstehen, dass Provisionsabrechnungen ausgelagert “ werden können (GF Resultate Institut für Unternehmensanalyse und Bewertungsverfahren).

Überraschender Deckungsverlust der VSH

Schließlich wurde unsere Aufmerksamkeit auf die vermeintliche Sicherheit der Vermögens Schaden Haftpflichtversicherung (VHS) durch RA Boris-Jonas Glameyer gelenkt, der eindrucksvoll an Beispielen belegte, wie die Schutzwirkung der VSH „ unversicherbare Risiken in der Kapitalanlagevermittlung und deren Vermeidung – warum die VSH der Vermittler im Ernstfall in der Regel nicht deckt “ regelmäßig ausgehebelt wird (werden kann), wenn es auf sie ankommt. Im Kern würden die ihm bekannten VSH nach deren Bedingungen erst dann wirksam, wenn ihr Schutzumfang dank unerfüllbarer Voraussetzungen faktisch erst gar nicht in Kraft tritt (Strategie der Versicherer: die Anlage, gleich welcher Art, hätte den Vorausset-

zungen nach gar nicht vermittelt werden dürfen, daher greife der Versicherungsschutz faktisch nie). Marc Pirmin Gorr (GF PremiumCircle Deutschland) klärte uns über die „ Aussagekraft von Ratings und Leistungsanalysen in BU und PKV " auf und auch hier sind die Auszahlungsbedingungen alles andere als eindeutig, wie der Untertitel „ Orientierung oder Illusion? " bereits verrät.

Umstieg auf den Hochgeschwindigkeits-Vertriebs-ICE erforderlich

Das Fazit von Friedrich Wanschka (wmd-Brokerchannel.de) „ schnell, digital, jederzeit kündbar – wie KI den Produktmix in Versicherung und Geldanlage auf den Kopf stellt " machte uns Teilnehmern klar, wie schnelllebig das Produkt- und Anbieterhopping durch die KI-Anwender werden könnte, wenn die digitalen Möglichkeiten kundenseitig voll ausgeschöpft würden. Dass der noch langsamere Regionalzug der Regulierer auf einem dritten Gleis einige Zusatz-PS benötigt, um mit der Dynamik der Digitalisierung auch nur annähernd mithalten zu können, durften wir durch Norman Wirth erfahren, der uns zu den „ Regulierungsfragen bis zu neuen Rahmenbedingungen für Finanzberaterinnen und Finanzberatern " auf den neuesten Stand brachte. Das gilt sowohl für Brüssel als auch für Berlin.

Die Ausnahme von der Digitalisierung und trotzdem für diese zwingend erfoderlich: Silber

Das Industriemetall Silber hat seinen Charme seit Jahrtausenden nicht verloren und strahlt in Zeiten extremer Unsicherheiten umso mehr rettende Sicherheit aus angesichts " Exportverboten in China und der weltweiten Nachfrage ". Daher fragt Mario Störig (Vertriebsleiter Elementum Deutschland) zurecht, " Woher mit dem Silber und wohin mit dem Silberpreis? ". Das FIAT-Geld ist vor Inflation und Währungsrefomen niemals geschützt. Daher die hohe Nachfrage nach fungiblen Sachwerten wie Edelmetallen. Der Silberpapierhandel sei im Vergleich zum phyischen Silber 300-fach überzeichnet (1 Unze physisches Silber entspricht 300 Unzen auf dem Papier). Das zeige, wohin sich der Silberpreis zurzeit entwickeln müsse: nach oben!

Ausblick und gespannte Erwartung

Das vielfältig strukturierte Programm von 17 Fachreferenten und langjährig vertriebserfahrenen Teilnehmern verlief kompakt, hoch konzentriert, hochprofessionell, detailtief und im kollegial freundschaftlich offenen Austauschs, ganz im Stil von Friedrich Wanschka und der Organisatorin Astrid Klee. Ein herzliches Dankeschön und in voller Spannung und Vorfreude auf die Themen und Player des nächsten Vertriebsgipfels Anfang 2027.
Autor: www.check-analyse.de



Quelle: © Astrid Klee

Konsolidierung 2.0 – Warum Wachstum in der Maklerbranche neue Antworten braucht



Andreas W. Grimm
Geschäftsführer,
ABREKON GmbH,
Resultate Institut für Unternehmensanalysen und Bewertungsverfahren GmbH

Die große Konsolidierungswelle bei den Top-Maklerhäusern ist weitgehend durch. Die milliardenschweren Deals, die PE-finanzierten Übernahmen, die spektakulären Zusammenschlüsse der vergangenen Jahre – das war Phase eins. Jetzt verschiebt sich der Schwerpunkt nach unten: in den Mittelstand, zu den kleineren Maklerhäusern, zu den Einzelunternehmern. Gleichzeitig stehen die großen Aggregatoren vor ihrer eigentlichen Bewährungsprobe – der Post-Merger-Integration. Die ersten „Kometen" scheinen bereits zu verglühen. Die Branche verändert sich nicht weniger dynamisch als zuvor, aber die Herausforderungen sind andere geworden. Und sie betreffen beide Seiten des Marktes: die, die verkaufen – und die, die wachsen.

Das Preisniveau für Maklerbestände und Maklerunternehmen ist historisch hoch. Bei Asset Deals werden Faktoren zwischen dem Drei- und Fünffachen der Bestandscourtage erzielt, manchmal sogar darüber. Bei Share Deals liegen die Bewertungen meist weit jenseits des Sechsfachen des EBIT. Man liest teilweise vom Siebzehn- bis Achtzehnfachen. Eigentlich ideale Bedingungen für Makler, die über einen Ausstieg nachdenken. Trotzdem agieren viele Inhaber gegen ihre eigenen Interessen. Die mangelnde Vorbereitung auf das eigene Nachfolgeprojekt, die Anfälligkeit für die „freundliche Ansprache" durch Akquisiteure von Bestands- und Unternehmenskäufern ist nach wie vor erstaunlich hoch. Der Vertrauensvorschuss gegenüber dem eigenen Pool, dem eigenen Verbund, dem Geschäftspartner aus dem Netzwerk führt dazu, dass das erste Angebot häufig angenommen wird, ohne Alternativen auch nur geprüft zu haben. Das Potenzial des eigenen Bestands wird weder erkannt noch ermittelt. Eine echte vermögensbildende Platzierungsstrategie in den seltensten Fällen systematisch entwickelt und umgesetzt.

Die meisten Pools bieten inzwischen eigene Nachfolgekonzepte an. Das ist nachvollziehbar – sie wollen ihre Bestände sichern und ihren Partnern einen Service bieten. Dass Bestandssicherung des Pools und Erlösmaximierung des Maklers nicht immer deckungsgleiche Ziele sind, liegt in der

Natur der Sache. Makler tun gut daran, Pool-Angebote als das zu betrachten, was sie sind: ein Angebot unter vielen, das man vergleichen sollte.

Ähnliches gilt für genossenschaftlich organisierte Maklerverbünde, die ihren Mitgliedern Nachfolgekonzepte anbieten. Dem Grunde nach begrüßenswert und logisch. Aber ob standardisierte Lösungsansätze – pauschale Empfehlungen zur Rechtsformgestaltung, wiederkehrende Transaktionsstrukturen nach immer gleichem Muster – der individuellen Situation jedes einzelnen Maklers gerecht werden, darf hinterfragt werden. Es lohnt sich, die Konditionen vermittelter Transaktionen mit dem zu vergleichen, was der freie Markt für vergleichbare Bestände tatsächlich hergibt. Die eine oder andere Überraschung dürfte dabei nicht ausbleiben.

Auffällig ist eine Argumentationsstrategie, die man in diesem Umfeld immer wieder beobachten kann: Das eigene Handeln wird betont familiär inszeniert: „Der Bestand soll doch in der Familie bleiben!“ Externe Nachfolgeberater werden dagegen pauschal als gewinnorientierte Akteure dargestellt, denen es nur ums Geschäft gehe – nicht um die Menschen hinter den Verträgen. Das klingt, als sorgten sich die Akteure warmherzig um ihre Mitglieder. Aber der Makler, der sein Lebenswerk übergibt, braucht keine Wärme, sondern Klarheit: Was ist mein Unternehmen wert? Welche Optionen habe ich? Welche passt zu meiner Lebenssituation? Das sind sachliche Fragen, die sachliche Antworten verdienen. Wer professionelle Beratung und Vermittlung mit „Kuhhandel“ gleichsetzt und Emotionalität zum Qualitätsmerkmal einer Transaktion erklärt, verwechselt möglicherweise Fürsorge mit Interessenvertretung.

Wer als Inhaber eines Maklerunternehmens im Rahmen seiner Nachfolgeplanung ein sehr gutes Ergebnis erzielen will, muss viele Dinge gleichzeitig richtig machen: Transparenz schaffen, Übertragbarkeit sicherstellen, die passende Käuferzielgruppe identifizieren, Wettbewerb unter Kandidaten erzeugen, Verträge kaufmännisch, steuerlich und juristisch wasserdicht gestalten – und emotional vorbereitet sein. Die Kette vom Bestandswert zum effektiven Kaufpreis hat viele Glieder, und jedes schwache kostet bares Geld. Dass professionelle Begleitung einen messbaren Unterschied macht, zeigen die Ergebnisse spezialisierter Nachfolgeberater: Allein das Resultate Institut hat 2025 insgesamt 77 Projekte abgeschlossen – mit Ergebnissen bei Asset Deals zwischen Faktor 3,2 und 5,0 auf die Bestandscourtage, bei Share Deals zwischen 6,5 und 12,8 auf den EBIT. Die Spannbreite zeigt: Der Markt bietet erhebliche Spielräume. Wie viel davon realisiert wird, hängt von der individuellen Strategie und von der Qualität und der Übertragbarkeit des eigenen Geschäftsmodells ab.

So viel zur Verkäuferseite. Doch Konsolidierung hat zwei Seiten. Wer kauft, integriert und schnell wächst, steht vor operativen Herausforderungen, die in der Akquisitionseuphorie gerne übersehen werden. Eine der unterschätztesten: die Vergütungsabrechnung für die eigenen Vertriebspartner und Tippgebernetzwerke.

Jede Vertriebsorganisation, die mit angeschlossenen Partnern arbeitet, muss deren Vergütung abrechnen. Abschlussprovisionen, Bestandsprovisionen, Serviceentgelte, Boni, Pauschalen, Karrierestufen, Vorschusskonten, Stornoreserven. Produktgeber liefern Abrechnungsdaten in unterschiedlichsten Formaten. Verschiedene Produktgruppen haben grundlegend verschiedene Abrechnungslogiken. Basisdaten sind nicht selten fehlerhaft. Gesetzliche und steuerliche Vorgaben erhöhen die Komplexität. Und wenn Vertriebspartner ihre Abrechnungen anzweifeln, steht die Partnerbindung auf dem Spiel.

In vielen Organisationen erledigen ein oder zwei Mitarbeitende die Vergütungsabrechnung an wenigen Tagen im Monat – neben ihren eigentlichen Aufgaben. Das funktioniert, solange die Strukturen überschaubar bleiben. In einer konsolidierenden Branche tun sie das nicht. Jeder Zukauf bringt eigene Vergütungsmodelle, eigene Vertriebsstrukturen, eigene Abrechnungslogiken.

Die Komplexität wächst nicht linear, sie potenziert sich. Der Reflex „dann kaufen wir eine Software" löst das Problem nicht, er verlagert es: Software muss implementiert, gepflegt und an veränderte Strukturen angepasst werden. Sie braucht Mitarbeitende, die sie bedienen und verstehen. Für fünfzehn Vertriebspartner mag das verhältnismäßig sein. Allerdings stellt sich auch manch kleinerer Unternehmer bereits zu Recht die Frage, ob Vergütungsabrechnung wirklich zu den Kernkompetenzen gehört, für die er eigenes Personal und eigene Ressourcen binden will. Für eine wachsende Unternehmensgruppe mit Hunderten Partnern in verschiedenen Vergütungsmodellen ist es eine permanente Baustelle.

Eine Antwort auf dieses Problem hat sich in den vergangenen Monaten leise etabliert: „Abrechnung as a Service" – die vollständige Auslagerung der Vergütungsabrechnung an einen spezialisierten Dienstleister. Als das Konzept vor gut einem Jahr auf dem Vertriebsgipfel am Tegernsee vorgestellt wurde, war die Resonanz überschaubar. Abrechnung auslagern? Dafür interessierte sich, salopp gesagt, keine Socke. Zwölf Monate später sieht das anders aus. ABREKON übernimmt heute die komplette Vergütungsabrechnung für Finanzvertriebe, Maklerpools und wachsende Maklerorganisationen – vom Einsammeln der Produktgeberdaten über die Modellierung individueller Karriere- und Vergütungsstrukturen bis zur fertigen Abrechnung für jeden einzelnen Vertriebspartner. Dass auch große, technologisch führende Makler und Maklerpools die Zusammenarbeit als „echte Partnerschaft auf Augenhöhe" beschreiben, zeigt: Hier wird nicht einfach ein Prozess ausgelagert, sondern Komplexität durch Spezialisierung beherrschbar gemacht – ein Service, der Vertriebsunternehmen merklich entlastet.

Konsolidierung 2.0 erzeugt auf beiden Seiten des Marktes Handlungsbedarf, der weit über das Vertriebliche hinausgeht. Auf der Verkäuferseite entscheidet die Professionalität der Vorbereitung über Hunderttausende Euro Differenz. Auf der Käuferseite entscheidet die operative Infrastruktur darüber, ob Wachstum nachhaltig funktioniert oder sich selbst ausbremst. Beides sind keine Kerndisziplinen von Maklern und Vertriebsorganisationen – aber beides sind Felder, auf denen Spezialisierung messbare Ergebnisse liefert. Wer in dieser Phase des Marktes erfolgreich sein will, tut gut daran, die Dinge, die nicht zum eigenen Kerngeschäft gehören, denjenigen zu überlassen, für die sie es sind.

Zum Autor:
Andreas Grimm ist Mitbegründer des Resultate Instituts mit Sitz in Grünwald bei München. Das Resultate Institut ist die Adresse in Deutschland, wenn es um Nachfolgeplanung für Makler der Finanz- und Versicherungswirtschaft geht. Es hat zwischenzeitlich bei mehr als 1.000 Projekten mitgewirkt (www.resultate-institut.de).

Seit 2024 bauen Sascha Zingler und Andreas Grimm als Geschäftsführer und Ankerinvestoren die ABREKON GmbH auf, die sich auf die Vergütungsabrechnung von Vertriebsunternehmen und Vertriebsorganisationen spezialisiert hat und ausschließlich „Abrechnung as a Service" erbringt (www.abrekon.de).
Kontakt: andreas.grimm@resultate-institut.de



Quelle: © Saha 65 AdobeStock.com

VERTRIEBSGIPFEL | TEGERNSEE | 2027



20. Vertriebs-Entscheidertreff der Finanz- und Versicherungsbranche

Termin: 13./14.01.2027

Der Vertriebsgipfel richtet sich an Vorstände, Geschäftsführer von Maklerpools, Makler- und Vertriebsgesellschaften, Versicherungen, Fondsanbieter, Banken und Dienstleister, Chefredakteure von Fachmedien, Repräsentanten von Beratungsunternehmen und Meinungsforschungsinstituten, Fachanwälte sowie Vorstände und Geschäftsführer von Verbänden runden die hochkarätigen Runden ab. Moderiert wird die Veranstaltung von Friedrich A. Wanschka, langjähriger intensiver Marktkenner, Fachjournalist u.a. www.wmd-brokerchannel.de und FinanzBusinessMagazin.de.

Hintergrund dieser Verranstaltung ist die Marktveränderung durch die Digitalisierung von Produkten und Vertrieb von Finanzdienstleistungen und Versicherungen. Hier werden über zwei Tage jeweils die aktuellsten Themen rund um neue, auch digitalisierte Vertriebswege und dem qualitativen Vertrieb von Finanzdienstleistungen, Versicherungen, Fonds und Kapitalanlagen diskutiert. Neben rechtlichen Aspekten wird auch die Produktentwicklung in den einzelnen Branchensegmenten, die europäische Sichtweise und aktuelle Trends beleuchtet.

Besonders beliebt ist bei den Teilnehmern, die ausreichende Möglichkeit neue Kontakte auf höchster Ebene zu knüpfen und interessante Gespräche ohne Zeitdruck in den Pausen oder der Abendveranstaltung zu führen.



www.vertriebsgipfel-tegernsee.de

Brüssel:

Einigung zur Retail Investment Strategy erzielt


Quelle: © HM - AdobeStock.com

Die Trilog-Unterhändler des Europäischen Parlaments und der Mitgliedstaaten haben sich auf einen Kompromiss zur EU-Strategie für Privatanleger (Retail Investment Strategy, RIS) geeinigt. Nach über zweieinhalb Jahren intensiver Verhandlungen wurde damit kurz vor Ende der dänischen Ratspräsidentschaft ein politisch bedeutendes Paket finalisiert, das insbesondere für unabhängige Vermittler neue Anforderungen mit sich bringen wird.

Ziel des Maßnahmenpakets ist es, Privatanleger stärker zu schützen, den Zugang zu Kapitalmärkten zu erleichtern und die Wettbewerbsfähigkeit der EU-Finanzmärkte zu fördern. Die neuen Vorgaben betreffen zentrale Bereiche der Vermittlungspraxis und werden – vorbehaltlich der Veröffentlichung im EU-Amtsblatt – voraussichtlich ab dem zweiten Halbjahr 2028 gelten.

Im Fokus der Einigung steht, dass ein verbesserter Anlegerschutz durch mehr Transparenz bei Kosten und Nutzen von Finanzprodukten erreicht werden soll. So werden Anlagefirmen im Privatkundengeschäft ("retail investment firms") verpflichtet, sämtliche mit einem Produkt verbundenen Kosten vollständig offen zu legen und auf Basis europaweit definierter Standards zu bewerten, ob die Kosten im Verhältnis zur angebotenen Leistung stehen. Produkte, deren Kosten unverhältnismäßig sind, sollen nicht mehr zum Vertrieb zugelassen werden.

Ein weiteres zentrales Element ist die Einführung verstärkter Anforderungen im Bereich der Provisionsregelung. Zwar enthält das RIS-Paket kein allgemeines Provisionsverbot mehr, jedoch verschärft es die Transparenz- und Rechtfertigungspflichten im Zusammenhang mit Zuwendungen („Inducements"). Künftig müssen Vermittler eindeutig darlegen, welchen konkreten Mehrwert eine erhaltene Provision für die Kunden hat. Außerdem sind alle Provisionsbestandteile gesondert auszuweisen. Mitgliedstaaten behalten zusätzlich die Möglichkeit, auf nationaler Ebene weitergehende Beschränkungen – bis hin zu einem Provisionsverbot – einzuführen.

„Wir begrüßen, dass es kein Provisionsverbot auf EU-Ebene geben wird", erklärt AfW-Vorstand Frank Rottenbacher. „Der Einsatz des AfW und vieler anderer für eine Regulierung mit Augenmaß hat sich in Punkt zumindest gelohnt. Ob und wie nun die neuen Anforderungen in der Praxis umsetzbar und für Vermittlerinnen und Vermittler sachgerecht sind, können wir jedoch erst beurteilen, wenn uns der endgültige Richtlinientext vorliegt."

Gleichzeitig enthält die RIS-Vereinbarung auch neue Vereinfachungen. So wird die Geeignetheitsprüfung in bestimmten Fällen entlastet: Bei Empfehlungen von nicht-komplexen, kostengünstigen und breit diversifizierten Finanzinstrumenten entfällt künftig die Pflicht zur Abfrage der Kenntnisse und Erfahrungen der Kunden. Die individuelle finanzielle Situation und Anlageziele bleiben jedoch weiterhin prüfungsrelevant. Damit soll laut EU-Gesetzgeber ein besserer Zugang zu einfachen Produkten ermöglicht werden, ohne den Anlegerschutz grundsätzlich zu schwächen.

„Diese neue Regelung zur Geeignetheitsprüfung wird Auswirkungen auf die tägliche Beratungspraxis haben – sowohl im Hinblick auf die Dokumentation als auch auf die Auswahl geeigneter Produkte", erklärt AfW-Vorstand Frank Rottenbacher. „Positiv ist, dass der Gesetzgeber den Vermitt-

lern in bestimmten Fällen mehr Flexibilität einräumt. Gleichzeitig muss genau beobachtet werden, ob dadurch auch regulatorische Unsicherheiten entstehen."

Zudem schreibt die RIS neue Standards für die Kundeninformation vor, insbesondere im Hinblick auf sogenannte Key Information Documents (KIDs). Diese müssen künftig stärker standardisiert, verständlicher und langfristig auch maschinenlesbar verfügbar gemacht werden. Ziel ist es, den Vergleich von Produkten zu erleichtern und die digitale Verarbeitung von Finanzinformationen zu fördern.

Das Maßnahmenpaket nimmt nach Angaben des Rates der EU darüber hinaus auch neue Themen in den Blick – etwa den Einfluss von Social Media und sogenannten „Finfluencern" auf Anlageentscheidungen. Mitgliedstaaten werden angehalten, die finanzielle Bildung der Bevölkerung zu stärken und für fairere und transparenter gestaltete Marketingmaßnahmen zu sorgen.

Hinsichtlich des weiteren Zeitplans werden nun die technischen Arbeiten zur Finalisierung der Rechtstexte fortgesetzt. Die endgültige Fassung soll Anfang 2026 vorliegen. Nach ihrer Veröffentlichung im EU-Amtsblatt müssen die Mitgliedstaaten die neuen Vorgaben innerhalb von 24 Monaten in nationales Recht umsetzen. 30 Monate nach Veröffentlichung treten die Regelungen dann in Kraft – mit Ausnahme der PRIIPs-Vorgaben, die bereits nach 18 Monaten Anwendung finden werden. Da es sich bei der RIS um eine Richtlinie handelt, ist somit auch mit einem legislativen „Nachspiel" auf nationaler Ebene in Deutschland zu rechnen.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Finfluencer unter Kontrolle, Bürokratie wächst

Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) betrachtet das Ergebnis der gestrigen Trilogverhandlungen zur EU-Kleinanlegerstrategie mit Ambivalenz. „Einerseits freut es uns sehr, dass ein drohendes Provisionsverbot endgültig vom Tisch ist und zukünftig Finfluencer beaufsichtigt werden sollen, indem die Finanz- und Versicherungsunternehmen mit ihnen schriftliche Vereinbarungen treffen und deren Aktivitäten auf den sozialen Plattformen kontrollieren müssen", sagt BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Das heißt, dieser Vertriebskanal wird zukünftig reguliert. Das hatten wir vom BVK im Sinne gleicher Wettbewerbsbedingungen und zum Schutz der Verbraucher immer gefordert und sehen uns daher durch das Trilogergebnis vollauf bestätigt. Andererseits haben die EU-Kommission, der EU-Ministerrat und die Vertreter des EU-Parlaments unter dem Leitbild des Verbraucherschutzes viele neue regulatorische Maßnahmen für den Vertrieb von Finanz- und Versicherungsanlagen getroffen, die unsere Arbeit zukünftig noch mehr belasten werden."

Hier ist eine ganze Palette von Regularien verabredet worden wie:

- *Geeignetheitsprüfung von Finanz- und Versicherungsanlagen für Kunden*
- *Angemessenheit von Preis-Leistung von Produkten („value for money") und dazugehörige Entwicklung von Benchmarks sowie eine Vergleichbarkeit*
- *Strengere Regeln für Zuwendungen („inducement") für Vermittler und an die Beratung*
- *Anpassung von Produktinformationsblättern („key information document") für Versicherungsanlageprodukte*

„Allein an dieser Aufzählung sieht man, dass unsere Beratungsarbeit nicht einfacher, sondern schwerer, komplizierter und regulierter wird", betont BVK-Hauptgeschäftsführer Dr. Wolfgang Eichele. „Ob das im Sinne des Verbraucherschutzes ist und dem Ziel der EU-Kleinanlegerstrategie entspricht, die breite Masse stärker an den Potenzialen der Finanzmärkte partizipieren zu lassen, bezweifeln wir sehr. Umso wichtiger ist unsere Präsenz durch ein eigenes BVK-Büro in Brüssel, um dynamisch vor Ort agieren zu können. Das werden wir in 2026 noch intensivieren."

Die Trilogeinigung ist vorläufig und muss noch formell vom Europäischen Parlament und vom Rat gebilligt werden, bevor die neuen Regeln in Kraft treten. Der BVK wird die Umsetzung weiterhin begleiten und seine Mitglieder zeitnah informieren.
Autor: www.bvk.de

FPSB zur Reform der Altersvorsorge:

Schritt in die richtige Richtung, aber es besteht Nachbesserungsbedarf

Die Finanzplanungsexperten des FPSB Deutschland begrüßen den Referentenentwurf zur Reform der steuerlich geförderten Altersvorsorge – Insbesondere die Vereinfachung und die Kostenreduzierung bringen Vorteile – Kritikpunkt ist aber, dass das Langlebigkeitsrisiko beim aktuellen Vorschlag unterschätzt wird

Dass es dringend eine Reform unseres Rentensystems braucht, dürfte jedem hinlänglich bekannt sein. Anfang Dezember wurde nun mit dem ersten Referentenentwurf des Bundesfinanzministeriums zur Reform der steuerlich geförderten Altersvorsorge ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung unternommen. „Im Kern geht es um ein Altersvorsorgedepot mit staatlicher Förderung, das viele strukturelle Probleme der bisherigen Riesterrente adressiert", ordnet Marcel Reyers, CFP®, stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Financial Planning Standard Board (FPSB) Deutschland, den Reformvorschlag ein. Und dieser erste Entwurf bietet aus Sicht des FPSB eine ganze Reihe positiver Aspekte.

So gab es bei der Riester-Förderung bislang eine sehr komplexe und einkommensabhängige Berechnung des Mindesteigenbeitrags, die mit dieser Reform abgeschafft wird. „Stattdessen ist die Botschaft an die Kunden nun sehr einfach: 120 Euro Mindestbeitrag plus 30 Cent Förderung pro gesparten Euro", so Reyers. Wichtig ist zudem, dass Sparer laut den geplanten Änderungen, anders als bei der Riesterrente, die Möglichkeit haben, zwischen 80- und 100-prozentigen Garantieprodukten zu wählen oder ganz auf Garantien zu verzichten. „Das erhöht die Flexibilität", so der Finanzplaner, „und Berater können somit künftig sehr viel genauer auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden eingehen und die Produktauswahl besser an die persönliche Risikoneigung anpassen."

Kostendeckelung

Dazu kommt die Kostendeckelung. Beim neuen Standarddepot sind die Effektivkosten auf maximal 1,5 Prozent begrenzt. Das entspricht auch dem, was international als beste Lösung angesehen wird. „Das ist deshalb von großer Bedeutung, weil hohe Kosten stets direkt zu Lasten des Gewinns gehen und Anleger damit folglich die Chance haben, ihre Rendite nachhaltig zu verbessern", so Reyers.

Dies ist ein weiterer wichtiger Baustein, um möglichst vielen Bürgern hierzulande eine kostengünstige Altersvorsorge zugänglich zu machen – etwas, was der FPSB Deutschland seit Jahren immer wieder fordert. „Insgesamt gehen wir davon aus, dass die geplanten Änderungen die tägliche Beratungspraxis zum Vorteil der Sparer erheblich vereinfachen werden", folgert Reyers. Dazu begrüßt er auch in der Möglichkeit, dass Standarddepots online abgeschlossen werden können – unerlässlich im Zeitalter der Digitalisierung.

Nachbesserungen notwendig

Trotz all dieser positiven Aspekte sehen die Professionals des FPSB Deutschland aber auch dringenden Nachbesserungsbedarf beim Referentenentwurf. „Das gilt vor allem deshalb, weil die Auszahlungspläne nur bis zum 85. Lebensjahr laufen müssen", sagt Reyers. „Dies ist angesichts der demografischen Entwicklung hierzulande hochproblematisch, da das demografische Risiko der steigenden Lebenserwartung damit nur unzureichend berücksichtigt wird." Laut FPSB Deutschland erreichen heute 50 Prozent der 65-jährigen Frauen ein Alter von über 85 Jahren, bei Männern sind es etwa 40 Prozent. Die Wahrscheinlichkeit, dass mindestens ein Partner eines Ehepaares 90 Jahre oder älter wird, liegt damit bei über 60 Prozent. „Aus fachlicher Sicht empfehlen wir vom FPSB Deutschland deshalb, die Mindestablaufzeit anzupassen und auf 95 Jahre anzuheben oder eine verpflichtende Langlebigkeitsreserve einzuführen", sagt Reyers. Denn wenn das Geld zu früh aufgebraucht ist, besteht das Risiko von Altersarmut in den letzten Lebensjahren.

Zudem gilt es zu bedenken, dass

die enorme Produktvielfalt, die den Sparern damit zugänglich wird, eine qualifizierte Beratung erfordert. „Anlageberater müssen in der Lage sein, das Konzept der Renditechancen ohne Garantie verständlich zu erklären, die Auswirkung einer 80-Prozent-Garantie zu verdeutlichen und das Langlebigkeitsrisiko bei Auszahlungsplänen zu kommunizieren“, sagt Reyers. „Das macht insbesondere die Risikoberatung komplexer.“ Deshalb fordert der FPSB Deutschland die Einführung von Mindestberatungsstandards, die eine qualifizierte Risikoprofilerstellung, umfassende Aufklärung über Langlebigkeitsrisiken und eine ordnungsgemäße Dokumentation der Produkteignung vorsehen.

Stärkung der Beratungsstandards

Das gilt umso mehr, da die geplanten Übergangsregelungen für Bestandsverträge zwar grundsätzlich kundenfreundlich, jedoch auch komplex sind. Die automatische Umstellung bei Neuabschlüssen ab 2027 wird zu Beratungssituationen führen, in denen Kunden mit unterschiedlichen Fördersystemen jonglieren müssen. Hier sind gute Prozesse eine wesentliche Voraussetzung für eine verbrauchergerechte Beratung. Die vom FPSB Deutschland zertifizierten CERTIFIED FINANCIAL PLANNER® können dabei sowie bei allen anderen Fragen rund um die Geldanlage und die langfristige ganzheitliche Finanzplanung wertvolle Hilfestellung leisten. „Es wäre deshalb wichtig, parallel zu dieser Reform auch die Beratungsstandards in Deutschland zu stärken“, so das Fazit von Marcel Reyers.
Autor: www.fpsb.de

Vertriebswege und Produktkategorien im Neugeschäft der Lebensversicherer 2024

Einfirmenvermittler blieben auch 2024 der führende Vertriebsweg für Lebensversicherungsprodukte in Deutschland: Nachdem sie 2022 nach langer Zeit wieder zum erfolgreichsten Kanal avanciert waren und ihre Führung 2023 weiter ausgebaut hatten, lagen sie 2024 bei einem Anteil von knapp 35 Prozent und damit ein Prozent unter dem Vorjahr. Während Makler und Mehrfachagenten stabil bei 32 Prozent blieben, konnte der Bankvertrieb mit einen Vertriebsanteil von 26 Prozent (Vorjahr: 24 Prozent) zulegen. Dies sind die zentralen Ergebnisse der 26. Studie zur Lebensversicherung, die das Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen WTW für das Jahr 2024 durchgeführt hat. WTW analysiert hierfür das eingelöste Neugeschäft jedes Lebensversicherers – aufgeteilt auf Produktkategorien und Vertriebswege.

„Die Veränderungen der Vertriebswegeanteile am eingelösten Neugeschäft stehen in engem Zusammenhang mit den Einmalbeiträgen. Bei den laufenden Beiträgen fallen die Schwankungen deutlich geringer aus“, sagt Henning Maaß, Director Insurance Management Consulting bei WTW in Deutschland.

Neugeschäft gegen Einmalbeitrag legt wieder zu

2024 betrug das APE-Neugeschäft aus neu eingelösten Versicherungsscheinen rund 6 Milliarden Euro – ein Plus von 172 Millionen Euro bzw. 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dieser Anstieg resultiert aus positiven Entwicklungen sowohl im Neugeschäft mit Einmalbeiträgen als auch mit laufenden Beiträgen. Während Einmalbeiträge nach einem starken Einbruch 2023 im Jahr 2024 um 906 Millionen Euro zunahmen, wuchs auch das Neugeschäft mit laufenden Beiträgen nochmals um 81 Millionen Euro.

Die Zunahme der Einmalbeiträge beschränkt sich jedoch nur auf wenige Versicherer. „Viele Gesellschaften haben Rückgänge beim Neugeschäft gegen Einmalbeitrag hinnehmen müssen – vor allem bei Produkten der privaten Altersvorsorge“, so Maaß.

Banken profitieren am meisten

Nachdem der Vertriebsweg Banken 2023 beim Einmalbeitragsgeschäft am stärksten verloren hatte, erzielte er 2024 ein Plus von 1,1 Milliarden Euro. Dementsprechend stieg der Vertriebsanteil der Banken bei Einmal-

beiträgen besonders dynamisch, von 37 Prozent im Vorjahr auf 41 Prozent in 2024, was sich auch auf ihren Vertriebsanteil gemäß APE sichtbar auswirkte.

Die Einfirmenvermittler konnten im Vertrieb von Einmalbeiträgen erneut zulegen und verkauften 196 Millionen Euro mehr als im Vorjahr. Die Makler und Mehrfachagenten verzeichneten hingegen ein Minus von 100 Millionen Euro.

Auch Neugeschäft gegen laufenden Beitrag wächst stabil

Das Neugeschäft mit laufenden Beiträgen stieg 2024 um 2 Prozent. Dieser Zuwachs ist jedoch vor allem den Maklern und Mehrfachagenten sowie den Banken zu verdanken. Insbesondere haben erstere ihren Anteil zu Lasten der Einfirmenvermittler erhöht. „Makler und Mehrfachagenten konnten ihr Neugeschäft mit laufenden Beiträgen über Jahre hinweg steigern und sind nun erstmalig der Vertriebsweg mit dem höchsten Anteil", sagt Maaß. „Einfirmenvermittler konnten vom Beitragswachstum nicht maßgeblich profitieren und verlieren aus diesem Grund Vertriebsanteile."

Durchschnittsbeträge steigen über alle Vertriebswege hinweg

Seit mehreren Jahren gelingt es allen drei großen Vertriebswegen, den mittleren laufenden Beitrag pro Neuvertrag kontinuierlich zu erhöhen. Im Jahr 2024 erzielten Makler und Mehrfachagenten mit 1.484 Euro den höchsten Durchschnitt (2020: 1.244 Euro). Es folgen die Einfirmenvermittler mit 1.271 Euro (2020: 1.119 Euro) sowie die Banken mit 1.189 Euro (2020: 1.106 Euro).

Die hohen Durchschnittsbeiträge bei den Maklern und Mehrfachagenten erklärt Maaß wie folgt: „Makler und Mehrfachagenten konzentrieren sich sehr auf Produkte der Altersvorsorge und Einkommenssicherung. Diese Produkte zeichnen sich durch höhere Prämien aus als Risikoversicherungen, die bei den anderen Vertriebswegen einen größeren Anteil ausmachen."



Quelle: © Thanate - AdobeStock.com

Altersvorsorge und Einkommenssicherung bleiben Fokusthemen

„Wie sich die Einmalbeiträge entwickeln, lässt sich nur schwer prognostizieren. Ich rechne aber zumindest nicht mit einem Rückgang. Bei den laufenden Beiträgen bin ich deutlich zuversichtlicher", so Maaß. „Die regelmäßige Altersvorsorge und Einkommenssicherung bleiben zentrale Themen, für die Versicherer und Berater gut aufgestellt sind."

Autor: www.willistowerswatson.com

Impressum

Herausgeber / Verlag:
RedaktionMedien Verlag
Astrid Klee
Schwaighofstraße 19 A
83684 Tegernsee

Tel: +49 (0)8022 50 70 436

klee@redaktionmedien-verlag.de
www.redaktionmedien-verlag.de
www.FinanzBusinessMagazin.de

Steuernummer: 139 / 236 / 60261
USt-IdNr.: DE292943593

Geschäftsführung:
Astrid Klee

Chefredaktion:
Friedrich A. Wanschka

Redaktionsanschrift:
Redaktionsbüro
Friedrich A. Wanschka

info@wmd-brokerchannel.de
www.wmd-brokerchannel.de

Telefon: +49 (0)174 3983901

Technische Umsetzung / Layout:
RedaktionMedien Verlag
Astrid Klee
Schwaighofstraße 19 A
83684 Tegernsee

Tel: +49 (0)8022 50 70 436

klee@redaktionmedien-verlag.de
www.redaktionmedien-verlag.de

Titelmotiv: © Obbinokes - AdobeStock.com

Der Verleger übernimmt keine Haftung für unverlangt eingereichte Manuskripte und Fotos. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verleger das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Dieses Recht bezieht sich insbesondere auch auf das Recht, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne schriftliche Genehmigung des Verlegers ist eine Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes unzulässig. Aufsätze und Berichte geben die Meinung des Verfassers wieder. Für den Inhalt ist der Verlag nicht verantwortlich.

OLG Dresden untersagt „Unabhängig“-Werbung – AfW warnt vor Auswirkungen auf Marktauftritt der Maklerschaft

Das Oberlandesgericht Dresden hat mit Urteil vom 28. Oktober 2025 (Az. 14 U 1740/24) entschieden, dass Versicherungsmaklerinnen und -makler nicht mit dem Begriff „unabhängig“ werben dürfen, wenn sie – wie branchenüblich – eine Courtage von Versicherungsunternehmen erhalten.

Die Richter bewerteten diese Aussage als wettbewerbsrechtlich irreführend. Der AfW Bundesverband Finanzdienstleistung erkennt die Bedeutung des ersten Eindrucks im Werbekontext an, kritisiert jedoch, dass die Entscheidung wesentliche berufsrechtliche Grundlagen des Versicherungsmaklerberufs außer Acht lässt.

Das Gericht argumentiert, Verbraucherinnen und Verbraucher erwarteten bei dem Begriff „unabhängig“ eine vollständige wirtschaftliche Ungebundenheit gegenüber Versicherern. Diese Erwartung sei nicht erfüllt, wenn Makler durch Courtagen vergütet werden. In der Folge stuft das OLG Dresden die Werbung als unlauter ein, unabhängig von der rechtlich zulässigen Tätigkeit und der – gesetzlich vorgeschriebenen – Transparenz im Beratungs- und Vermittlungsprozess.

„Versicherungsmaklerinnen und -makler sind gesetzlich ausdrücklich als Sachwalter ihrer Kundinnen und Kunden definiert – sie stehen rechtlich auf der Seite der Verbraucher, nicht der Produktgeber. Dass diese gesetzlich verankerte Stellung durch eine rein auf eine vermeintliche Verbrauchererwartung bezogene, wettbewerbsrechtliche Betrachtung unterlaufen wird, ist aus unserer Sicht nicht nachvollziehbar“, erklärt Norman Wirth, Geschäftsführender Vorstand des AfW.

Das Urteil des OLG Dresden steht in einer Reihe ähnlicher Entscheidungen, bei denen Gerichte die Verwendung des Begriffs „unabhängig“ eng auslegen. Für die Maklerschaft bedeutet das erneut Unsicherheit bei der werblichen Außendarstellung – obwohl die Rolle des Maklers im gesetzlichen Vermittlersystem klar abgegrenzt und definiert ist. Wer auf vertragliche Bindungen zu Versicherern verzichtet, eine Vielzahl von Anbietern berücksichtigt und ausschließlich im Interesse der Kundinnen und Kunden agiert, unterscheidet sich fundamental vom gebundenen Vertrieb.

Was empfiehlt der AfW seinen Mitgliedern und Mitgliedsunternehmen:

Verzichten Sie auf den Begriff „unabhängig“ in Werbung, Online-Präsenz, Broschüren und Anzeigen, wenn Sie Courtagevergütung erhalten.

Betonen Sie stattdessen konkret Ihre Leistungen, z. B.: Vermittlung aus breitem Marktangebot oder das Fehlen von vertraglichen Bindungen an Produktgeber.

Prüfen Sie Ihre Außenkommunikation sorgfältig – insbesondere Webauftritte, Social Media, Google Ads und Printmaterialien.

Stellen Sie sicher, dass die Kundenerstinformation aktuell und leicht auffindbar ist.

„Das Urteil mag juristisch argumentierbar sein – politisch und berufspraktisch bleibt es hochproblematisch, weil es genau jene schwächt, die für unabhängige Finanz- und Versicherungsberatung und eine bedarfsgerechte Versorgung der Menschen stehen.“ ergänzt Wirth. Der AfW wird sich weiterhin dafür einsetzen, dass die besondere Stellung der Maklerschaft auch in der wettbewerbsrechtlichen Bewertung Berücksichtigung findet und nicht weiter verwässert wird.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

BVK zur Diskussion um Unabhängigkeit von Versicherungsmaklern

Das Oberlandesgericht (OLG) Dresden urteilte am 28. Oktober 2025 (Az 14 U 1740/24), dass Makler nicht mit dem Kriterium ihrer Unabhängigkeit werben dürfen, weil sie auf Courtagebasis vermitteln und von den Produktgebern vergütet werden. Grundlage des Verfahrens waren wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche.

Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) sieht das OLG-Urteil kritisch und stellt dazu fest: Das Werben mit der Unabhängigkeit von Maklern ist rechtlich problematisch. Der Verband gibt daher Maklern die Empfehlung, bei Marketingmaßnahmen nicht auf die Unabhängigkeit abzustellen.

Was aber wettbewerbsrechtlich bedenklich ist, muss vertriebs- und gewerberechtlich nicht falsch sein. Hier muss unterschieden werden. Der BVK ist nach wie vor der Ansicht, dass Versicherungsmakler als Sachwalter der Kunden unabhängig von den Produktgebern sind. Dies hat auch der BGH schon vor Jahrzehnten konstatiert. Nach dem sogenannten „Sachwalterurteil" des BGH (Urteil vom 22.5.1985, IV A ZR 190/83) ist der Versicherungsmakler der „Bundesgenosse" des Versicherungsnehmers bzw. dessen „Treuhänder ähnlicher Sachwalter". Das erfordert nach Ansicht des BVK ganz klar eine Interessenvertretung für den Kunden und nicht für den Versicherer.

Der BVK stellt klar: Diese Rechtstellung des Versicherungsmaklers gegenüber seinen Kunden bleibt durch das aktuelle Urteil zu Werbeauftritten mit Unabhängigkeit unberührt und unverändert. Die Kläger, die sich an den Werbesprüchen der beklagten Versicherungsmakler stießen, strengten die Prozesse allein deswegen an, weil sie der Ansicht sind, dass eine Vergütung auf Courtagebasis eine Unabhängigkeit ausschließt.

Der BVK empfiehlt allen Versicherungsmaklern die Erstinformation auf die gesetzlichen Vorgaben nach § 15 Versicherungsvermittlungsverordnung (VersVermVO) zu beschränken. Bei Werbeauftritten (in Medien, Internet, auf Social Media, Auslagen, Aushängen) sollte der Begriff Unabhängigkeit weder für den Status, noch für die Dienstleistung verwendet werden.
Autor: www.bvk.de



Quelle: © Coffee Cafe Lover - AdobeStock.com

AfW und BFV betonen gesetzlich verankerte Stellung:

Unabhängigkeit des Versicherungsmaklers bleibt zentrale Eigenschaft

Trotz des aktuellen Urteils des Oberlandesgerichts Dresden zur Verwendung des Begriffs „unabhängig“ in der Maklerwerbung halten der AfW Bundesverband Finanzdienstleistung und die Bundesarbeitsgemeinschaft zur Förderung der Versicherungsmakler (BFV) ausdrücklich an der Einordnung fest: Versicherungsmaklerinnen und -makler sind und bleiben unabhängig. Diese gemeinsame Haltung bekräftigen AfW-Vorstand Norman Wirth und BFV-Koordinator Erwin Hausen in einer gemeinsamen Erklärung.

Das OLG Dresden hatte mit Urteil vom 28. Oktober 2025 (Az. 14 U 1740/24) entschieden, dass einzelne Versicherungsmaklerinnen und -makler in ihrer werblichen Außendarstellung nicht mit dem Begriff „unabhängig“ auftreten dürfen, wenn sie – wie branchenüblich – eine Courtage von Versicherern erhalten. Zur Begründung verwies das Gericht auf eine wettbewerbsrechtliche Auslegung, wonach Verbraucherinnen und Verbraucher unter dem Begriff „unabhängig“ eine vollständige wirtschaftliche Losgelöstheit von Produktgebern verstehen könnten.

AfW und BFV stellen klar: Dieses Urteil betrifft ausschließlich die Außendarstellung einzelner Marktteilnehmer. Andere Verkehrskreise – insbesondere Berufsverbände, politische Institutionen, Journalistinnen und Journalisten sowie wissenschaftliche Einrichtungen – sind nicht rechtlich gebunden, den Begriff „unabhängig“ im Zusammenhang mit dem Berufsbild des Versicherungsmaklers nicht mehr zu verwenden.

„Der deutsche Gesetzgeber hat unmissverständlich festgelegt, dass Versicherungsmaklerinnen und -makler Sachwalter der Kundinnen und Kunden sind“, erklärt Norman Wirth, Geschäftsführender Vorstand des AfW. „Sie arbeiten im Auftrag der Verbraucherinnen und Verbraucher, nicht der Versicherer. Die Unabhängigkeit ergibt sich aus dieser Rechtsstellung und nicht allein aus dem Vergütungsmodell. Deshalb halten wir auch nach diesem Urteil daran fest, den Versicherungsmakler als unabhängigen Vermittler zu bezeichnen – und das mit voller Überzeugung und ganz besonders auch im Rahmen der #DIE34er-Initiative .“

Auch Erwin Hausen, Koordinator der Bundesarbeitsgemeinschaft zur Förderung der Versicherungsmakler, betont: „Der Begriff der Unabhängigkeit ist für das Selbstverständnis der Maklerschaft und für das Vertrauen der Kundinnen und Kunden zentral. Wir sehen keinerlei Anlass, aufgrund einer wettbewerbsrechtlichen Einzelentscheidung die jahrzehntelang etablierte und gesetzlich verankerte Rolle der Maklerinnen und Makler infrage zu stellen. Wer auf der Seite des Kunden steht, ohne Bindung an einzelne Anbieter, ist unabhängig – und sollte auch so bezeichnet werden dürfen.“

Beide Organisationen sehen darüber hinaus auch für Medien keinen Hinderungsgrund, weiterhin von „unabhängigen Versicherungsmaklern“ zu sprechen – sofern die journalistische Einordnung dem gesetzlichen Sachverhalt entspricht. Das Urteil des OLG Dresden steht einer solchen Wortwahl aus Sicht von AfW und BFV jedenfalls nicht entgegen.

Der AfW sensibilisiert seine Mitgliedsunternehmen angesichts der aktuellen Rechtslage im Hinblick auf die Verwendung des Begriffs „unabhängig“ in werblichen Aussagen. „Gleichzeitig gilt“, so Norman Wirth, „dass wir unsere Mitglieder selbstverständlich unterstützen, wenn sie ausschließlich wegen der Verwendung des Begriffs ‚unabhängig‘ rechtlich angegriffen werden. Hier stehen wir solidarisch an der Seite unserer Mitglieder.“

AfW und BFV bekräftigen abschließend: Die Unterscheidbarkeit der unabhängigen Maklerschaft vom gebundenen Vertrieb ist ein zentrales Element eines funktionierenden, verbraucherorientierten Beratungsmarktes – und muss auch künftig sichtbar, verstehbar und benennbar bleiben.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Die Spitzenreiter im Wettbewerb um herausragenden Maklerservice

Im Rahmen der DKM 2025 hat das Fachmagazin AssCompact die begehrten AssCompact Awards in der Kategorie „Maklerservice“ verliehen. Dabei wurden die Versicherer ausgezeichnet, die den besten Maklerservice in vier Produktkategorien bieten. Zu den diesjährigen Gewinnern zählen Canada Life und Swiss Life (Betriebliche Altersversorgung), Continentale (Private Vorsorge / Biometrie), Stuttgarter (PKV & Pflege) sowie Die Haftpflichtkasse und Itzehoer (Schaden / Unfall).

Die DKM 2025, die führende Messe der Finanz- und Versicherungsbranche, hat erneut den Rahmen für die Verleihung der renommierten AssCompact Awards in der Kategorie „Maklerservice“ geboten. Auf Basis der neu erschienenen Studie „AssCompact AWARD – Maklerservice 2025“ werden die Versicherungsunternehmen gewürdigt, die aus Sicht der unabhängigen Vermittlerinnen und Vermittler herausragenden Maklerservice bieten – in den Kategorien betriebliche Altersversorgung, private Vorsorge / Biometrie, PKV & Pflege sowie Schaden / Unfall.

Was für Vermittler zählt

Die unabhängigen Vermittlerinnen und Vermittler bewerteten die Produktanbieter detailliert nach zwölf Leistungskriterien. Aus der Zufriedenheit in diesen Kriterien sowie deren Gewichtung ergibt sich die Gesamtzufriedenheit, die Grundlage für das Ranking ist. Diese Leistungskriterien lassen sich in vier Hauptbereiche einteilen: zentrale und dezentrale Vertriebsunterstützung, Software & Tools sowie Marketingmaterialien.

Wie auch im Vorjahr stehen persönliche Faktoren an oberster Stelle – insbesondere der Umgang mit Problemfällen und Beschwerden sowie die Kompetenz der Ansprechpartner in der Zentrale. Aber in Zeiten des Booms der Künstlichen Intelligenz rückt auch Digitales in den Fokus.

Die drei wichtigsten Einflussfaktoren auf die Gesamtzufriedenheit sind*:

- **Kompetenz der Ansprechpartner in der Zentrale (1)**
- **Umgang mit Problemfällen / Beschwerden (2)**
- **Digitale Vertriebsunterstützung / Weiterbildung (8)**
- ***Vorjahreswert in Klammern**

Enges Rennen um den besten Service

Sebastian Sommerer, Research Consultant der Studienabteilung des Herausgebers bbg Betriebsberatungs GmbH, kommentiert: “In jedem der vier untersuchten Bereiche ist mindestens ein Platz auf dem Treppchen doppelt vergeben. Dies zeigt, dass auch in diesem Jahr die führenden Unternehmen im Wettbewerb um exzellenten Maklerservice äußerst eng beieinander liegen und letztlich jeder Punkt entscheiden konnte. Die Zufriedenheitswerte sind im Vergleich zum Vorjahr insgesamt leicht gestiegen, weshalb es teils einen regen Wechsel im Ranking gab – denn auch wer seine Werte halten konnte, ist damit abgestiegen.”

Die Gewinner im Überblick

Betriebliche Altersversorgung

Platz 1 Canada Life (1)

Platz 1 Swiss Life (4)

Platz 3 Alte Leipziger (7)

Platz 3 Volkswohl Bund (1)

Private Vorsorge / Biometrie

Platz 1 Stuttgarter (5)

Platz 2 Swiss Life (2)

Platz 3 Continentale (7)

Platz 3 Volkswohl Bund (1)

PKV & Pflege

Platz 1 Continentale (1)

Platz 2 ideal (-)

Platz 2 Universa (1)

Schaden / Unfall

Platz 1 Die Haftpflichtkasse (2)

Platz 1 Itzehoer (2)

Platz 3 KS/Auxilia (2)

Platz 3 VHV (2)

Platz 3 Volkswohl Bund (prokundo) (2)

Autor: www.bbg-gruppe.de

30. Treffen der AfW-Initiative „Pools für Makler“:

Gemeinsame Stärke in bewegten Zeiten

Ein rundes Jubiläum und ein starkes Signal aus Dortmund: Zum bereits 30. Mal kamen die führenden Vertreterinnen und Vertreter der deutschen Maklerpools und -verbünde auf Einladung des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung im Rahmen der Initiative „Pools für Makler“ https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/pools-fuer-makler/ zusammen.

Am Vortag des Branchentreffens DKM wurde erneut deutlich, wie wichtig der vertrauliche und konstruktive Austausch in einem von Wettbewerb geprägten Marktumfeld ist – gerade angesichts der zahlreichen regulatorischen und politischen Herausforderungen.

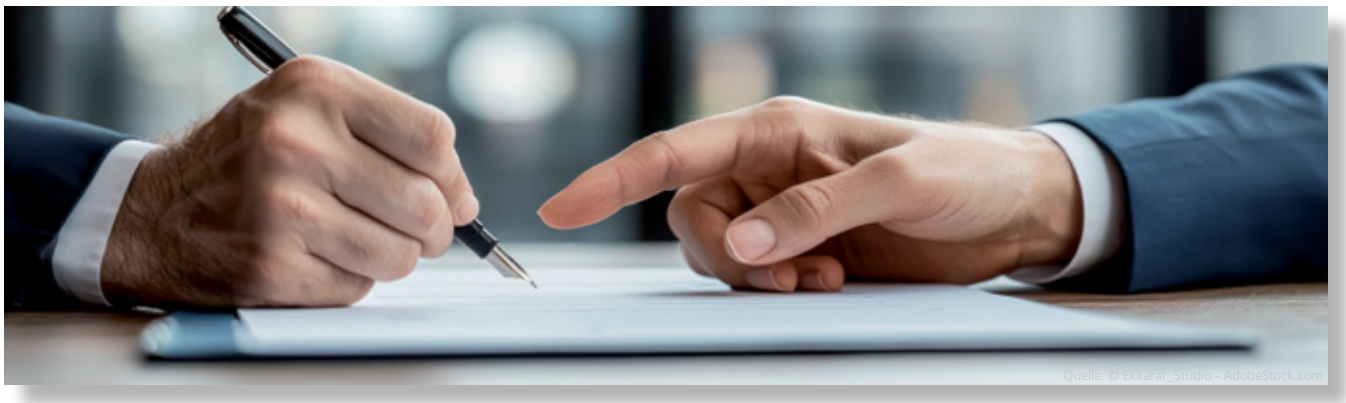
Im Mittelpunkt des Treffens standen die großen Themen unserer Zeit: Die Trilog-Verhandlungen zur EU-Kleinanlegerstrategie, der Umgang mit dem FIDA-Vorschlag, die Entwicklung rund um § 34k GewO, der Umgang mit künstlicher Intelligenz und dabei auch der Praxisleitfaden KI-Governance für unabhängige Vermittlerunternehmen https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/praxisleitfaden-ki-governance/ sowie Fragen zur Haftpflichtversicherung https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/vsh-checkliste/ für Makler. Besonders intensiv und kontrovers diskutiert wurde das FIDA-Vorhaben – ein Beispiel dafür, wie wertvoll der offene Diskurs in dieser vertrauten Runde ist. Unterschiedliche Meinungen sind hier ausdrücklich willkommen, solange das gemeinsame Ziel im Vordergrund steht: die Stärkung der unabhängigen Vermittlerschaft.

Ein besonderer Fokus lag in diesem Jahr auf dem aktuellen Geschehen im politischen Berlin. Der AfW stellte seine zehn Thesen https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/wp-content/uploads/2025/10/AfW-Positionspapier-Generationengerechte-Altersvorsorge-%E2%80%93-AfW-zum-Herbst-der-Reformen-2025.pdf für eine moderne, generationengerechte Altersvorsorge vor, die auch in der Runde der Pools und Verbünde breite Zustimmung fanden. Die gemeinsame Haltung: Altersvorsorge muss einfacher, verständlicher und zugänglicher werden – und Altersvorsorgedepot, Riesterreform und qualifizierte Beratung bleiben dabei unverzichtbar.

„Dass bei aller Konkurrenz zwischen den Häusern ein so offener und kollegialer Austausch möglich ist, zeigt die Relevanz dieses Formats“, so AfW-Vorstand Norman Wirth. „Gerade in bewegten Zeiten braucht es solche Plattformen, um gemeinsam Ideen zu entwickeln und mit einer Stimme zu sprechen.“

Neben den inhaltlichen Impulsen war auch der Blick nach vorn ein zentrales Element: 2026 feiert der AfW sein 34-jähriges Bestehen – ein Anlass, um das bisher Erreichte zu würdigen, aber vor allem auch, um den Blick auf die nächsten Herausforderungen zu richten. Die Initiative „Pools für Makler“ wird dabei weiterhin eine wichtige Rolle spielen – als verlässlicher Ort für Austausch, Vernetzung und gemeinsames Vorangehen.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de



An Vertriebszielen orientierte Vergütungen sind für Vermittler kritisch

Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) kritisiert seit Jahren, dass die Produktgeber Bonifikationen gewähren, wenn bestimmte Vertriebsvorgaben von Vermittlern erzielt werden. Das ist aber im Hinblick auf § 48a VAG problematisch, weil dieser bestimmt, dass im bestmöglichen Kundeninteresse zu beraten sowie zu vermitteln ist und nicht nach Vertriebsvorgaben der produktgebenden Versicherer. Für Vermittler sind Zuschüsse und produktionsabhängige Provisionen unsicher, weil nicht unbedeutende Umsatzanteile im hohen Maße variabel bleiben.

Deshalb untersuchte der BVK im Rahmen seiner aktuellen Strukturanalyse die Anteile der Bonifikationen an den Gesamteinnahmen der Vermittlerschaft. Solche Anreize spielen traditionell eine größere Rolle im Exklusivvertrieb und bei Mehrfachvertretern, es gibt sie aber auch immer noch bei Maklern. So betragen Bonifikationen bei Maklern 4,7 Prozent an den Gesamtumsätzen. Bei Exklusivvertretern und bei Mehrfachvertretern sind 9,3 bzw. 11,1 Prozent der Gesamteinnahmen variabel und haben dadurch mehr Gewicht.

„Nun gibt es solche und solche Zuschüsse", betont BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Manche zielen auf das Erreichen gewisser Absatzziele. Dies ist im Hinblick auf die Vorgabe, im bestmöglichen Kundeninteresse zu beraten, kritisch. Andere Zuschüsse dagegen orientieren sich z. B. an geringen Stornoquoten und berücksichtigen Kundenbeschwerden. Diese entsprechen dann eher dem § 48a VAG."

Die BVK-Strukturanalyse untersuchte in diesem Kontext auch, wie hoch die variablen Erfolgsvergütungen bei den Vertrieben der einzelnen Unternehmen sind. „Hier fanden wir eine recht große Bandbreite an den Umsatzanteilen zwischen 3,7 Prozent und 17,5 Prozent", informiert Professor Dr. Matthias Beenken von der Fachhochschule Dortmund, der die wissenschaftliche Auswertung der Daten vornahm. „Die Untersuchung zeigt, dass variable Vergütungen und potenziell kritische Anreize immer noch eine bedeutende Rolle vor allem im Exklusivvertrieb spielen, aber auch in den anderen Vertriebswegen nicht ausgestorben sind."

„Aus berufsständischer wie aus betriebswirtschaftlicher Sicht wäre es wünschenswert, kurzfristig wirkende Vergütungselemente mit einem gewissen Willkürcharakter aufzugeben und z. B. in die vertraglich abgesicherten, laufenden Vergütungen wie Bestandsprovisionen und -courtagen umzuverteilen", sagt BVK-Vizepräsident Andreas Vollmer. „Wenn schon besondere Anreize eingesetzt werden, sollten qualitative Merkmale wie die Kundenzufriedenheit und die Qualität der Arbeitsweise des Vermittlers eine Rolle spielen."
Autor: www.bvk.de


Quelle: © sam richter - AdobeStock.com

Aktuelle Trendstudie: Googeln war gestern? Wie KI die Online-Suche der Verbraucher verändert

KI-Tools wie ChatGPT, Gemini & Co. verändern grundlegend die Art und Weise, wie Verbraucher online nach Informationen suchen. Zwar bleibt das „Googeln" mit 73 Prozent das bevorzugte Suchmedium der Deutschen (KI-Tools: 15 Prozent; Social Media: 8 Prozent), doch insbesondere in jungen und innovationsfreudigen Zielgruppen gerät die Dominanz der klassischen Suchmaschine ins Wanken. Schon jetzt präferieren 30 Prozent der 18- bis 29-Jährigen KI-Tools für ihre Informationssuche.

Und künftig will jeder zweite Nutzer von KI-Tools diese auch gezielt für die Suche nach kaufrelevanten Informationen einsetzen. Anbieter sind daher gut beraten, ihre Präsenz und Kommunikation in verschiedenen Suchmedien frühzeitig auf das veränderte Online-Suchverhalten der Verbraucher einzustellen. Dies zeigt die aktuelle Ausgabe des „Trendmonitor Deutschland" des Marktforschungsinstituts Nordlight Research zum Thema: «Googeln war gestern (?): Wie KI die Online-Suche der Verbraucher verändert». Für die Trendstudie wurden über 1.500 Bundesbürgerinnen und Bundesbürger zwischen 18 und 75 Jahren befragt, die im Alltag Suchmaschinen, KI-Tools oder soziale Medien nutzen und in den Konsumbereichen Internet/Mobilfunk, Versicherungen, Finanzen oder Energieversorgung als Verbraucher mitentscheiden. Im Fokus standen dabei das aktuelle und zukünftige Online-Suchverhalten, unterschiedliche Suchmedien, zentrale Informationsfelder sowie generelle Einstellungen zu Künstlicher Intelligenz.

Bekanntheit und Nutzungshäufigkeit unterschiedlicher Online-Suchmedien

In puncto Bekanntheit liegt die Suchmaschine von Google (97 Prozent) aktuell deutlich vor Konkurrenten wie Yahoo! (69 Prozent), Bing (65 Prozent), DuckDuckGo (31 Prozent) und weiteren. Auch „ChatGPT Search" erzielt mit 38 Prozent Bekanntheit (unter den 18- bis 29-Jährigen: 58 Prozent) geringere Werte. Die generelle Bekanntheit des KI-Tools ChatGPT (jenseits spezieller Suchfunktionen) liegt aber schon bei 79 Prozent (zum Vergleich: Gemini: 53 Prozent). 85 Prozent der befragten Bundesbürger nutzen die Google-Suchmaschine täglich oder zumindest mehrmals pro Woche für private Suchanfragen. Bereits an zweiter Stelle folgt – wenn auch noch mit deutlichem Abstand – die Suche über ChatGPT Search (18 Prozent). Andere klassische Suchmaschinen wie Bing, DuckDuckGo oder Yahoo! (häufige Nutzung zwischen 6 bis 9 Prozent) hat „ChatGPT Search" bereits überholt. Und: In der Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen liegt der Anteil der Häufignutzer von ChatGPT Search bereits bei 41 Prozent (Google: 85 Prozent).


Quelle: © SFIO CRACHO - AdobeStock.com

Soziale Medien: Häufig genutzt – als gezieltes Suchmedium aber nachrangig

92 Prozent der erwachsenen Bundesbürger nutzen soziale Medien, 78 Prozent davon täglich oder mehrmals pro Woche – vor allem Instagram und Facebook. Ihre Rolle als Medium für die Informationssuche bleibt jedoch begrenzt: nur 8 Prozent der befragten Nutzer bevorzugen soziale Medien gegenüber klassischen Suchmaschinen oder neuen KI-Tools. Nur in einzelnen, vor allem jungen Zielgruppen schneidet die Online-Suche über soziale Medien etwas besser ab – ihre Entwicklungsdynamik bleibt aber weit hinter der von KI-Tools wie ChatGPT zurück.

Suche nach Informationen in verschiedenen Informationsfeldern

Die aktuell noch vorhandene Dominanz des „Googelns" als Suchmethode gilt mit Blick auf die Gesamtbevölkerung für fast alle Arten alltäglicher Information. Beispielsweise für Wissensfragen, Problemlösungen, Nachrichten,

Freizeit und Unterhaltung, Verbraucherthemen und weitere Anlässe. Im Bereich „Bildung und Lernen" laufen KI-Tools den klassischen Suchmaschinen in einzelnen Zielgruppen aber bereits jetzt den Rang ab.

Suche nach Informationen speziell zu Produkten und Dienstleistungen

74 Prozent der Verbraucher bevorzugen für die Online-Suche nach Produkten und Dienstleistungen weiterhin das klassische „Googeln". 14 Prozent setzen hierfür hingegen bereits auf neue KI-Tools und 6 Prozent auf soziale Medien. Weitere 6 Prozent nutzen für diesen Informationszweck keine der genannten Online-Suchmedien oder stehen diesen generell kritisch gegenüber. Ein vertiefter Blick zeigt: Verschiedene Zielgruppen bevorzugen KI-Tools für die Suche nach Produkten und Dienstleistungen bereits jetzt überdurchschnittlich stark. Hierzu zählen beispielsweise innovationsfreudige „Early Adopter" (29 Prozent), die junge Zielgruppe der 18- bis 29-Jährigen (27 Prozent) sowie auch Besserverdienende mit Haushaltsnettoeinkommen von über 4.000 Euro (19 Prozent). Männer (16 Prozent) zeigen sich zudem vergleichsweise KI-affiner als Frauen (12 Prozent).

Insgesamt halten 61 Prozent der Google-Nutzer die klassische Suchmaschine besonders gut dafür geeignet, nähere Informationen zu Produkten oder Dienstleistungen zu erhalten. Die Nutzer von ChatGPT Search sind zu 39 Prozent dieser Auffassung – ihr Anteil liegt damit jetzt schon deutlich vor denen anderer Suchmaschinen wie Bing (23 Prozent) oder Yahoo! (17 Prozent). „Anbieter müssen sich strategisch darauf einstellen, dass die Online-Suche der Verbraucher zunehmend nach neuen Spielregeln funktioniert und sich ausdifferenziert", sagt Dr. Torsten Melles, Geschäftsführer beim Marktforschungsinstitut Nordlight Research. „Idealerweise sollte dies mit einem veränderungssensiblen Blick auf einzelne Suchmedien, Zielgruppen und spartenbezogene Informationsfelder erfolgen – nicht durch hype-getriebenen Aktionismus."

Aktuelles Nutzungspotenzial von KI-Tools in unterschiedlichen Bedarfssparten und für verschiedene Beratungsanlässe

Mehr als ein Drittel der Nutzer von KI-Tools können sich bereits jetzt vorstellen, KI auch gezielt zur Beratung in Konsumbereichen wie Internet/Mobilfunk (37 Prozent), Finanzen (36 Prozent), Versicherungen (36 Prozent) oder Energieversorgung (35 Prozent) zu nutzen.

Als attraktiv werden dabei sowohl generelle Beratungsanlässe angesehen (wie etwa Produktvergleiche, Bedarfsermittlungen, Portfolio-Optimierungen, Nachhaltigkeit von Angeboten, Kündigungs- und Wechselberatung, Erkennen unseriöser Angebote), aber auch ganz konkrete Informationen zu einzelnen sektorenspezifischen Produkten (wie beispielsweise Altersvorsorgeprodukte, Kryptowährungen, Glasfaserangebote, Streaming-Angebote oder Solaranlagen und Wärmepumpen). Jeweils rund 70 Prozent der KI-affinen Verbraucher zeigen daran großes Interesse. Viele Verbraucher, die generell bereits KI-Tools nutzen, zeigen sich teils aber auch noch abwartend oder skeptisch: Jeder Dritte hält es aktuell noch für unwahrscheinlich oder ausgeschlossen, KI-Tools im privaten Alltag gezielt als „Berater" in Konsumbereichen wie Internet/Mobilfunk, Finanzen, Versicherungen oder Energieversorgung einzusetzen. Rund 30 Prozent zeigen sich in dieser Frage bisher noch unentschieden.

Künftige Nutzung von KI-Tools im Verbraucheralltag

Mit Blick auf die nähere Zukunft zeigt sich: Mehr als die Hälfte der aktuellen Nutzer von KI-Tools gibt an, diese künftig (auch) für die Suche nach Anbietern, Dienstleistern und Shops (55 Prozent) oder zum Zwecke von Preisvergleichen und Sparmöglichkeiten (51 Prozent) nutzen zu wollen. Lediglich 15 bis 20 Prozent schließen dies generell aus. 42 Prozent wollen sich mittels KI zudem gezielt bei der Bewertung und Auswahl von Produkten unterstützen lassen. Generell planen 44 Prozent aller erwachsenen Verbraucher, KI-Tools im Alltag künftig (noch) häufiger als bisher zu nutzen (zum Vergleich: Suchmaschinen: 21 Prozent; soziale Medien: 19 Prozent).

Fazit

„Klassische Suchmaschinen wie die von Google – samt aktueller Weiterentwicklungen wie KI-Übersichten oder KI-Modus – bleiben für die Informationssuche der Verbraucher auch morgen noch relevant, werden aber an Dominanz verlieren", resümiert Sarah Schulz, Studienleiterin bei Nordlight Research. „Die KI-Revolution in der Online-Suche vollzieht sich nicht mit einem einzigen großen Knall, sondern differenziert und schrittweise."
Autor: www.nordlight-research.com


Quelle: © Johannes - AdobeStock.com

Regulierung ohne Ende: Versicherungsmakler fürchten zunehmenden Bürokratieaufwand

Zum Jahresende häufen sich die Überstunden im Maklerbüro – bedingt durch vermehrte Kundenanfragen und Beratung, aber auch durch Verwaltung und Dokumentation. Vermittler befürchten, dass die immense Arbeitsbelastung künftig noch zunehmen könnte, wie eine Studie der Bundesarbeitsgemeinschaft für Versicherungsmakler (BFV) in Kooperation mit dem Fachmagazin AssCompact belegt. Die Antworten von 565 befragten Vermittlern zeigen: Über drei Viertel der Makler sind überzeugt, dass regulatorische Anforderungen in Zukunft verschärft werden. Unterstützung erhoffen sich Vermittler von digitalen Lösungen – und von ihren Produktpartnern.

Versicherungsmakler blicken sorgenvoll in die Zukunft, wenn es um Regulierung geht.

82,1 % gehen davon aus, dass die regulatorischen Anforderungen weiter steigen werden. Nur 1,2 % erwarten, dass die Vorgaben demnächst vereinfacht werden, die Anforderungen sinken und es weniger Bürokratie geben wird. 9,7 % glauben, dass die Regulierung auf dem aktuellen Niveau bleibt. Vermittler unter 50 Jahren sind besonders pessimistisch: 86,6 % von ihnen befürchten eine zunehmende Regulierung. Kein einziger Makler geht in dieser Altersgruppe davon aus, dass die Anforderungen in Zukunft geringer werden.

Digitale Technologien könnten Entlastung bringen. Rund 60 % der Makler (59,7 %) schätzen das Potenzial sehr hoch oder eher hoch ein, Aufwände durch eine stärkere Digitalisierung zu reduzieren. 10,8 % halten die Möglichkeiten digitaler Lösungen für (eher) gering. Über ein Viertel der Makler (26 %) steht dem Thema neutral gegenüber.

Erneut stechen die unter 50-Jährigen heraus: Hier sind es über drei Viertel (77,7 %), die sich von digitalen Prozessen Entlastung versprechen (Antwortoptionen ‚sehr hoch' oder ‚eher hoch'). Bei den über 50-Jährigen sind es 55,2 %.

Makler erwarten Unterstützung von ihren Produktpartnern. In vielen Bereichen ist der Wunsch nach mehr Entlastung durch die Produktpartner groß (Antwortoptionen ‚Unterstützungsbedarf sehr hoch' oder ‚eher hoch'). So wünschen sich 81,8 % der befragten Makler, dass Versicherer ihre Verwaltungsprozesse vereinfachen. Bei den unter 50-Jährigen sind es sogar 85,7 %. Für insgesamt 78,6 % steht die Reduzierung von Haftungsrisiken im Fokus. 76,6 % geben an, dass ihnen bessere digitale Tools zur Dokumentation deutlich weiterhelfen würden. Weitere Felder sind bessere Beratungshilfen (63 %), Schulungen zu regulatorischen Änderungen (57,3 %) und Unterstützung bei der Umsetzung der ESG-Vorgaben (49,2 %).

„Versicherungsmakler legen Wert auf kundenindividuell passende Produkte und auf qualitativ hochwertige Beratung", sagt Erwin Hausen, Koordinator der BFV. „Dafür brauchen sie passende Rahmenbedingungen: Effiziente und verlässliche Prozesse, digitale Tools und vor allem ausreichend Zeit für die persönliche Kundenbetreuung. Dafür setzen wir uns ein." Die Mitgliedsunternehmen der BFV – darunter zahlreiche etablierte Maklerversicherer – engagieren sich aktiv dafür, den Beruf des Versicherungsmaklers zukunftsfähig zu gestalten. Gemeinsames Ziel ist es, Vermittler mit Hilfe digitaler Lösungen, effizienter Prozesse und passgenauer Schulungen nachhaltig zu entlasten.

Die Kernaussagen aus dem ersten Teil der Studie. Wesentliches Ergebnis des ersten Teils der Studie ist, dass die Versicherungsmakler die Regulierung differenziert bewerten: Einerseits identifizieren sie Regulierungen, die Verbrauchernutzen stiften. Andererseits beklagen sie Auflagen, die trotz großem Aufwand einen geringen Mehrwert für die Kunden liefern. So erkennen viele Vermittler den Nutzen bei Kundenaufklärung (71,9 %) und Weiterbildung (66,9 %). Dagegen halten deutlich weniger Versicherungsmakler die Anforderungen durch den DSGVO-Schutz (22,5 %), die Nachhaltigkeitspräferenzabfrage (12 %) und Anpassungen durch ESG (10,8 %) für einen hilfreichen Mehrwert im Sinne des Kunden. Zudem schätzen über 90 % den Aufwand für Dokumentationspflichten (z. B. IDD, MiFID II) als sehr hoch oder eher hoch ein.

Die Überregulierung geht zu Lasten der Verbraucher. Interessant ist daher im deutschen und europäischen Überregulierungskontext eine aktuelle Aussage von Prof. Dr. Hendrik Streeck (CDU), Drogenbeauftragter der Bundesregierung und Mitglied im Gesundheitsausschuss des Bundestages. Im Interview mit der Rhein-Zeitung (16.09.2025) erläutert der Bundestagsabgeordnete zu Kritik an der Bürokratie: „Fast die Hälfte der ärztlichen Arbeitszeit geht für Dokumentation drauf. Das entspricht 32.000 Vollzeitstellen, die eigentlich am Patienten gebraucht würden. Wir haben also nicht in erster Linie einen Personalnotstand – wir haben einen Bürokratienotstand."

Auf die negativen Folgen der Überregulierung für Verbraucher machte BFV-Koordinator Erwin Hausen bereits bei Veröffentlichung des ersten Studienteils aufmerksam: „Eine Überregulierung führt dazu, dass für qualifizierte Beratungen weniger Zeit bleibt. Doch die ist der eigentliche Kern des Verbraucherschutzes."

Daher appelliert Hausen: „Während viele Politiker erkennen, dass die Überregulierung der Wirtschaft und den Verbrauchern schadet und daher ein Bürokratieabbau längst überfällig ist, scheint dies in deutschen und europäischen Gesetzgebungsgremien und Aufsichtsbehörden noch nicht bei jedem angekommen zu sein. Nicht Reden ist wichtig, sondern Handeln, vom Regulierungs-Moratorium bis hin zum Abbau belastender aber kaum hilfreicher Bürokratie."

Autor: www.bfv-versicherungsmakler.de

BDVM-MAKLER blicken optimistisch in die Zukunft – Personalbindung: Weiterbildung im Fokus

Personalgewinnung und besonders -bindung, die Themen Maklerverwaltungsprogramm / BiPRO-Schnittstellen und die unzureichende Schadenbearbeitung der Versicherer bewegen den Markt und stellen auch BDVM-Makler vor Herausforderungen. Wie auch in den Vorjahren bewerten die BDVM-Makler die Geschäftssituation insgesamt als gut und es überwiegt die Zuversicht, dass dies auch so bleibt.

An der diesjährigen Umfrage haben 72 Mitglieder (2024: 149; Ergebnisse 2024 nachfolgend in der Klammer mit VJ – Vorjahr – gekennzeichnet) teilgenommen. Die geringere Teilnahme dürfte mit einer Reihe weiterer Umfragen des Verbandes zusammenhängen. Die Ergebnisse sind aber aussagekräftig und bestätigen in der Regel die Trends der Vorjahre. Wie bereits in 2024 beurteilen die Teilnehmer ihre Lage weiterhin positiv: 98, 5% (VJ: 98 %) bewerten ihre Geschäftslage/Gewinnsituation in den ersten acht Monaten 2024 als sehr gut (31,9 %; 2024: 26,4 %), gut 47,2 % (VJ 56,4%) oder befriedigend 19,4 % (VJ 15,4 %,).

Grund dafür sind unter anderem steigende Courtage-Einnahmen bei 83,1 % (VJ 85,7 %) der teilnehmenden Unternehmen. Allerdings fallen die gesteigerten Courtage-Einnahmen moderat aus: 50,7 % der Mitgliedsunternehmen geben an, die Steigerung sei unter 10%.

Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung war der Anstieg bei den Sach-Courtage-Einnahmen. Insgesamt konnten 72,2 % (VJ: 75,7 %) der Mitglieder gestiegene Courtage-Einnahmen melden. 22,2 % (VJ: 16,9 %) der Makler konnten ihre Einnahmen insgesamt konstant halten. Damit sind bei ca. 94 % der Makler (VJ: 93 %) die Courtage-Einnahmen gleichgeblieben bzw. gestiegen und nur bei wenigen Maklern gesunken. Im Segment Leben ist das Bild weniger positiv: dort konnten nur ca. 19,4 % (VJ:18 %) der Teilnehmenden steigende Courtageeinnahmen verzeichnen, bei etwa 2/3 der antwortenden BDVM-Mitglieder sind sie gleichgeblieben oder gesunken. Hier setzt sich der Trend aus der Umfrage von 2024 fort.

Personal

Erfreulich ist, dass bei über 66,7 % (66,4 % VJ) der Mitgliedsunternehmen die Mitarbeiteranzahl konstant geblieben ist und immerhin bei 25 % (33,5 % VJ) sich die Anzahl der Mitarbeiter erhöht hat. Dies hat seinen Preis. Bei ca. 34,7 % (18,8 % VJ) der Mitglieder sind die Personalkosten im Vergleich zum Vorjahr


Quelle: © JAKE STUDIO - AdobeStock.com

gleichgeblieben, bei ca. 63,9 % (81,2 % VJ) sind hingegen höhere Personalkosten entstanden.

Personalgewinnung ist zudem für 43,1 % der Makler sehr wichtig und für weitere 36,1 % wichtig. Auch die Personalbindung ist für 58,3 % sehr wichtig und für weitere 36,1 % wichtig und kann damit in der Relevanz (insgesamt 94 %) als TOP-Thema bezeichnet werden.

Ganz überwiegend bieten die Mitglieder ihrem Personal Weiterbildungsmöglichkeiten und Fortbildungen über die 15 Pflichtstunden hinaus an, sowohl in fachlicher Hinsicht (Versicherungsfachmann / frau, Fachwirt/ Betriebswirt/ Ausbildereignung) als auch zur Persönlichkeitsentwicklung. Oft erfolgten dafür eine Freistellung und Kostenübernahme. Fortbildungen zur Sicherstellung und Steigerung der Beratungsqualität stehen hoch im Kurs, plakativ folgendermaßen zum Ausdruck gebracht: „Sagt der CFO zum CEO: wir zahlen unseren Mitarbeitenden die Weiterbildung. Was machen wir, wenn sie danach kündigen? CEO zum CFO: was machen wir, wenn wir sie nicht weiterbilden und sie bleiben?“.

KI: Recherche und ChatGPT vorne

Erneut haben wir in der diesjährigen Mitgliederumfrage einen Schwerpunkt auf das Thema Digitalisierung/Künstliche Intelligenz gesetzt. Wir wollten wissen, ob unsere Mitgliedsunternehmen bereits künstliche Intelligenz einsetzen und wenn ja, in welchen Bereichen und wie. Nur 25 % der teilnehmenden Mitgliedsunternehmen geben an, dass bei Ihnen künstliche Intelligenz gar nicht zum Einsatz kommt. Weit verbreitet ist wie im Vorjahr der Einsatz von ChatGPT 58,3 % (VJ: 53,7 %). Beim Recherche-Einsatz ist ein Sprung von knapp 34 % im Vorjahr auf nun 54,2 % zu verzeichnen. Auch der Einsatz von künstlicher Intelligenz im Bereich Marketing steigt mit 27,8 % leicht an (VJ: knapp 25 %). Die Einzelheiten können nachfolgender Grafik entnommen werden.

Zudem wollten wir wissen, wie die Verbandsmitglieder den Stand ihrer Digitalisierung im eigenen Unternehmen bewerten. Keines der Antwortenden (VJ: 2 %) beurteilt den Stand der eigenen Digitalisierung als sehr gut, immerhin noch 38,9 % (VJ: 39,6 %) als gut. Gleichwohl bewerten wie in den Vorjahren gut 44 % den Stand der eigenen Digitalisierung lediglich als befriedigend, 9,7 % (VJ: 11,4 %) als nur ausreichend, und die Note „5“ vergaben diesmal sogar 6,9 % (VJ: 2,7 %). Der Investitionsbedarf beim Thema Digitalisierung dürfte also weiterhin hoch sein.

Dazu passt, dass 93,1 % (VJ: 87,9%) der teilnehmenden Versicherungsmakler keine Versicherungsgeschäfte rein über das Internet abwickeln. Eine Mehrheit von 62,5 % (VJ: 56,4%) der Teilnehmer nutzt hingegen Cloud-Dienste.

Nach den relevantesten Themen im Bereich Technik & Digitalisierung befragt rangieren Maklerverwaltungsprogramme und BiPRO / Schnittstellen / Datenaustausch absolut an der Spitze mit jeweils 2/3 der Einschätzungen als „sehr wichtig“ und einem weiteren knappen Drittel als „wichtig“. Dem korrespondieren mit ähnlichen Werten die Themen „Prozessoptimierung“ und „Digitalisierung“ bei den relevantesten Marktthemen. Sozialen Netzwerken hingegen wird weiterhin die wenigste Bedeutung beigemessen (sehr wichtig: 1,4 %, wichtig: 26,4 %, weniger wichtig: 52,8 %, gar nicht wichtig: 19,4 %).

Schaden- und Bestandsbearbeitung durch Versicherer

Zum zweiten Mal abgefragt haben wir die Thematik „Schadenbearbeitung durch Versicherer“. Das Ergebnis stimmt abermals bedenklich: die Note 6 (=ungenügend) wurde von jeder fünfter Antwort gegeben (22,2 %, VJ: 11,4 %), jeweils etwa 1/3 der Befragten vergaben die Note 5 (=mangelhaft; 27,8 % VJ: 36,9 %) und 4 (=ausreichend; 30,6 % VJ: 30,2 %). 15,3 % (VJ: 18,8 %) sehen die Schadenbearbeitung als befriedigend (Note 3) an, nur 4,2 % (VJ: 2,7 %) als gut (Note 2). Ganz offensichtlich besteht

hier weiter Handlungsbedarf. Die Probleme sind laut Umfrage spartenübergreifend, wobei auch darauf hingewiesen wird, dass es sehr große Unterschiede bei den Versicherungsunternehmen gibt.

Besser, aber alles andere als optimal, sieht es bei der Bestandsbearbeitung (Policierung) durch die Versicherer aus: wieder vergaben 2/3 der Befragten die Noten „befriedigend" und „ausreichend" (69,5 %, VJ: 65,8 %) – allerdings beurteilen auch hier etwa 16,7 % (VJ: 20,2 %) die Performance als „mangelhaft" und „ungenügend". In den Kommentaren wird u.a. darauf hingewiesen, dass das automatisierte Standardgeschäft gut läuft, das Individualgeschäft eher schlecht mit langen Bearbeitungszeiten (zwischen 4 und 8 Wochen).

Insgesamt zeigt sich, dass unsere Mitglieder weiter gut durch die wirtschaftlich angespannte Lage kommen. Aufgrund des Fachkräftemangels wird das Thema Mitarbeiterbindung immer wichtiger. Hierfür und zur Gewährleistung qualitativ hochwertiger Beratung investieren die BDVM-Mitglieder viel in die Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden. Weitere TOP- Themen sind die Bereiche Digitalisierung / Prozessoptimierung / Schnittstellen. Bei der Schaden- und Bestandsarbeit der Versicherer besteht weiter Handlungsbedarf. Autor: Dr. Bernhard Gause, Geschäftsführender Vorstand BDVM,
Autor: www.bdvm.de

Erben und Schenken:

44 Prozent der Vermittler beraten zu Nachlassmanagement mit Fondspolicen

Das Segment Erbschaften und Schenkungen gewinnt für Versicherungsmakler weiter an Bedeutung. Zu diesem Ergebnis kommt eine Befragung, die der Versicherer Liechtenstein Life unter 303 Versicherungsmaklern durchgeführt hat. Im Rahmen der Online-Umfrage "Fondspolicen – Perspektiven und Potenziale" wurden Versicherungsmakler im dritten Jahr in Folge zu Kenntnisstand, Chancen und Perspektiven in Bezug auf langlaufende, fondsgebundene Lebensversicherungen zur intelligenten Vermögensübertragung befragt. Im Vergleich zu den Vorjahren sind die Bekanntheit und Beliebtheit dieser Tarife wieder deutlich gestiegen. Außerdem beschäftigen sich mehr Makler auch für die Planung des eigenen Nachlasses mit den Policen.

72,6 % der befragten Makler kennen Generationenversicherungen (auch "Wholelife-Tarife" genannt) zum Erben und Schenken

- **44,6 % sind in dem Segment tätig**
- **38,9 % haben sich auch für den eigenen Nachlass mit den Policen beschäftigt**
- **Die Umfrage wurde in Zusammenarbeit mit der Fachzeitschrift AssCompact durchgeführt.**

Die Marktbekanntheit von Generationenversicherungen zum Erben und Schenken ist in den vergangenen 12 Monaten weiter angestiegen. Fast drei Vierteln (72,6 %) der Makler ist bekannt, dass diese Tarife unter bestimmten Umständen eine erbschaftssteuerfreie Vermögensübertragung ermöglichen. Zum Vergleich: 2024 waren es noch 62,3 %. Im Jahr 2023 waren es 56,2 %.
Auch die Marktdurchdringung schreitet voran. Bereits 44,6 % der befragten Makler sind in der Beratung und Vermittlung der fondsgebundenen Lebensversicherungen zur steueroptimierten Vermögensübertragung und Nachlassplanung tätig. 2024 waren es 37 %. Im Jahr 2023 waren es 33,6 %.

Auch wenn es um die Planung des eigenen Nachlasses geht, gewinnen Generationenversicherungen für Makler an Bedeutung: Insgesamt 38,9 % der Makler haben sich selber schon einmal für die eigene Planung ihres Nachlasses mit dem Thema fondsgebundene Lebensversicherung zur steueroptimierten Vermögensübertragung beschäftigt. Zum Vergleich: 2024 waren es 35,8 %. Im Jahr 2023 waren es 30,3 %.

Der Weiterbildungsbedarf ist gesunken. Zwar geben noch immer 58,1 % der Makler an, Schulungen oder Seminare zu dem Thema Vermögensübertragung

mit fondsgebundenen Lebensversicherungen zu benötigen. Im Vorjahr lag der Wert mit 70,1 % jedoch deutlich höher.

"Wir beobachten, dass Makler ihren Wissensstand beim Thema Erben und Schenken deutlich ausgebaut haben", so Dr. Aron Veress, CEO von Liechtenstein Life. "Die Anforderungen an eine intelligente Nachfolge- und Vermögensplanung steigen und die Vermittler erkennen den Bedarf an Beratung und innovativen Lösungen. Generationenversicherungen sind aufgrund ihrer Fähigkeit, sich an die moderne Lebenswirklichkeit anzupassen, dafür prädestiniert – zum Beispiel wenn es um die steuerlich vorteilhafte Nachlassplanung bei vermögenden Personen geht. Deshalb bieten wir mit Liechtenstein Life Wealth eine der flexibelsten Lösungen für Vermögensbildung und Nachlassoptimierung am Markt an."

Der Versicherer hat bereits 2023 eine Generationenversicherung auf den Markt gebracht, die es ermöglicht, Vermögen renditeorientiert anzusparen und steueroptimiert auf Erben zu übertragen. Der Tarif Liechtenstein Life Wealth ist eine langlaufende fondsgebundene Lebensversicherung, bei der sich Versicherungsleistungen individuell konfigurieren und für Erbschaften oder Schenkungen variabel gestalten lassen. Flexible Optionen sorgen für Freiheitsgrade: So können zum Beispiel auch neue Lebenspartner, deren Kinder oder nichteheliche Nachkommen berücksichtigt werden. Entnahmen und Schenkungen aus dem angesparten Kapital sind jederzeit möglich. Eine Termfix-Option sorgt dafür, dass die Fälligkeit der Versicherungsleistung gesteuert werden kann.
Autor: www.liechtensteinlife.com

Jede zehnte Person informiert sich mit Künstlicher Intelligenz zu Finanzen

Künstliche Intelligenz (KI) ist längst im Alltag angekommen – auch beim Thema Finanzen. Eine aktuelle YouGov-Studie* im Auftrag der Zinsplattform Raisin zeigt: Bereits 10 Prozent der Menschen in Deutschland setzen auf KI, um sich über Geld- und Anlagethemen zu informieren. KI erreicht damit fast die gleiche Größenordnung wie klassische Beratung.

KI besonders bei Jüngeren beliebt

Am stärksten nutzen jüngere Erwachsene KI: Bei den 25- bis 34- und 35- bis 44-Jährigen informiert sich jeweils fast jede fünfte Person (18 und 17 Prozent) über Chatbots oder Sprachmodelle. Unter den über 55-Jährigen sind es dagegen nur 5 Prozent. Auch beim Geschlecht zeigen sich Unterschiede: Männer (13 Prozent) greifen häufiger auf KI-basierte Informationen zurück als Frauen (8 Prozent).

Medien bleiben Nummer eins – KI ist bereits etabliert

Bereits 10 Prozent der Befragten nutzen KI-gestützte Angebote als Informationsquelle für Finanzthemen. Damit liegt Künstliche Intelligenz nicht nur deutlich vor Social-Media-Influencern (4 Prozent), sondern bewegt sich auch in einer ähnlichen Größenordnung wie klassische Beratungsangebote: 13 Prozent der Befragten informieren sich bei Finanzberatungen, 14 Prozent bei ihrer Bank.

Am wichtigsten bleiben jedoch weiterhin klassische Medien. Fast ein Drittel (31 Prozent) bezieht Finanzinformationen dort, gefolgt von Vergleichsportalen mit 22 Prozent.

Finanzwissen bleibt ausbaufähig

Auffällig ist allerdings, dass sich vor allem Frauen oft überhaupt nicht aktiv über Finanzen informieren (27 Prozent). Bei den Männern sind es 17 Prozent. So bleibt das Finanzwissen weiterhin ausbaufähig: Mehr als ein Drittel der Befragten schätzt ihr Finanzwissen als schlecht oder nicht vorhanden ein: 6 Prozent sehen sich ohne Kenntnisse, weitere 27 Prozent nur mit geringen Kenntnissen. Rund die Hälfte (47 Prozent) bewertet ihr Wissen als durchschnittlich, lediglich 17 Prozent fühlen sich sehr gut informiert.

Katharina Lüth, Finanzexpertin und Vorständin bei Raisin, ordnet die Ergebnisse ein: „Künstliche Intelligenz und auch Soziale Medien können den Zugang zu Informationen enorm erleichtern – gleichzeitig bergen sie das Risiko von Fehlinformationen. Umso wichtiger ist es, Finanzbildung und Medienkompetenz zu stärken. Verbraucherinnen und Verbraucher sollten alle Informationen kritisch hinterfragen und ihre Entscheidungen nie auf nur eine Quelle stützen. Künstliche Intelligenz kann eine hilfreiche Ergänzung sein, sollte aber keine alleinige Grundlage für Finanzentscheidungen bilden."
Autor: www.raisin.com

Kundenservice – Wie Versicherte ticken und was Vermittler denken

Versicherte erwarten von ihren Vermittlern vor allem Erreichbarkeit außerhalb klassischer Bürozeiten sowie proaktive Betreuung durch Jahresgespräche – doch nur ein Teil der Vermittler erfüllt diese Wünsche. Das zeigt die aktuelle Continentale-Studie "Kundenservice – Wie Versicherte ticken und was Vermittler denken", für die 1.200 Personen ab 25 Jahren und bundesweit 135 Vermittler befragt wurden.

Kunden insgesamt zufrieden – Vermittler kritischer

Insgesamt ist die Mehrheit der Befragten (66 Prozent) mit dem Service der Versicherungsbranche zufrieden. 45 Prozent bewerten ihn als gut, 17 Prozent als sehr gut. 4 Prozent finden ihn sogar hervorragend. Damit belegt die Versicherungsbranche Rang 3 hinter Krankenkassen und Banken und vor Energieversorgern, Telekommunikationsunternehmen sowie Behörden. Deutlich kritischer sind die Vermittler selbst: Nur 43 Prozent bewerten den Service als gut oder sehr gut.

Persönlicher Ansprechpartner bleibt zentral

"Der Kundenservice bleibt für unsere Branche von zentraler Bedeutung", betont Jürgen Wörner, Vorstand Vertriebspartnerbetreuung und Kundendienst bei der Continentale Versicherung. "Damit erfüllen wir das grundlegende Versprechen von Sicherheit und Unterstützung in schwierigen Lebenssituationen. Damit schaffen wir Vertrauen." So legt drei Viertel der Kunden großen Wert auf einen persönlichen Ansprechpartner, besonders in emotional belastenden Situationen wie Krankheit oder Unfall (81 Prozent). Versicherte mit Vermittlerbetreuung sind deutlich zufriedener: 73 Prozent dieser Gruppe bewerten den Service positiv, gegenüber 57 Prozent der Befragten ohne Vermittler.

Individuelle Betreuung darf mehr kosten

"Dass der persönliche Kontakt weiterhin wertvoll ist, zeigt sich besonders, wenn sich Kunden zwischen einem persönlichen Ansprechpartner oder sehr gutem Online-Service entscheiden müssen", sagt Jürgen Wörner. Jeder zweite Befragte entscheidet sich für einen Ansprechpartner. 58 Prozent sind sogar bereit, für individuelle und persönliche Betreuung, nicht das günstigste Angebot zu wählen.

Digitale Services als Ergänzung gefragt

Neben persönlicher Beratung wünschen sich auch 43 Prozent der Befragten, künftig einen Großteil ihrer Versicherungsangelegenheiten online erledigen zu können. Besonders groß ist das Interesse bei Jüngeren (25- bis 39-Jährige: 61 Prozent).

Telefonat und Besuch in Agentur bevorzugte Kontaktwege

Bei den bevorzugten Kontaktkanälen klaffen Wunsch und Wirklichkeit auseinander: So greifen 61 Prozent der Versicherten am liebsten zum Telefon, 46 Prozent bevorzugen ein persönliches Treffen in der Agentur. Letzteres bieten Vermittler nur selten an (28 Prozent). Umgekehrt setzen Vermittler digitale Kommunikationskanäle wie Messenger-Dienste häufiger ein (23 Prozent) als es Kunden (11 Prozent) wünschen.

Ungenutztes Potenzial bei Jahresgesprächen

Zudem erwarten vor allem Berufstätige, ihren Vermittler auch vor 9 Uhr (44 Prozent) oder nach 18 Uhr (28 Prozent) erreichen zu können. Diesen Wunsch erfüllt bislang nur ein Teil: Nur jeder zweite Vermittler ist vor 9 Uhr für seine Kunden da; 62 Prozent sind nach 18 Uhr erreichbar. Weiteres Potenzial bietet sich bei der proaktiven Betreuung: Die Mehrheit der vermittlerbetreuten Kunden (58 Prozent) wünschen sich ein regelmäßiges Jahresgespräch, doch nur 42 Prozent der Vermittler bieten dies an.

Richtige Balance schaffen

"Die Continentale-Studie zeigt: Wir stehen weiterhin vor der Herausforderung, eine ausgewogene Balance aus persönlichen und digitalen Services zu schaffen – abgestimmt auf die unterschiedlichen Zielgruppen und Anlässe", so das Fazit von Jürgen Wörner. "Dafür müssen wir als Versicherer gemeinsam mit den Vermittlern als erste Ansprechpartner für den Kunden besser werden. Und schon kleine Veränderungen – etwa bei der Erreichbarkeit oder der aktiven Betreuung – können einen Unterschied machen."
Autor: www.continentale.de

BVK-Strukturanalyse: Vermittlerbetriebe wirtschaftlich stabil, Kosten steigen schneller als Einnahmen

Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) führte in Zusammenarbeit mit den Wissenschaftlern Professor Dr. Matthias Beenken und Professor Dr. Lukas Linnenbrink von der Fachhochschule Dortmund wieder eine Strukturanalyse der Vermittlerbranche durch. Sie untersucht im zweijährigen Turnus u. a. Aspekte der demografischen Struktur, Einkommenssituation, Altersentwicklung und die Bereitschaft zum Vertriebswechsel.

Die aktuellen Zahlen zeigen: Die Einnahmen stiegen – je nach Vertriebsweg – zwischen rund zwei Prozent bei Mehrfachvertretern und fast vier Prozent bei Maklern. Der Exklusivvertrieb liegt mit knapp drei Prozent im Mittelfeld, punktet aber im Fünfjahresvergleich mit einem Gewinnplus von 3,8 Prozent und einem Umsatzwachstum von sechs Prozent.

„Insbesondere in Sachversicherungssparten profitierten die Vermittler von der Inflation, so u. a. in der Gebäude- und der Kfz-Versicherung“, sagt BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Hier hat die Teuerung am Bau und die Schadeninflation zu deutlich steigenden Bestandsprämien geführt. Deshalb berichten alle drei Vertriebswege über eine Steigerung ihrer Sachbestände von über fünf Prozent im zurückliegenden Jahr.“

Doch die Kosten sind mit vier Prozent schneller gestiegen als die Einnahmen. Deshalb haben 26 Prozent der Vermittler ein Kostenproblem, weil die Einnahmen gefallen oder gleich blieben sind, während die Kosten stiegen. Immerhin berichten 57 Prozent von einer einigermaßen ausgeglichenen Entwicklung.

Leicht gestiegen ist auch die Wechselbereitschaft im Exklusivvertrieb um drei Prozent auf einen Anteil von 13,6. Dabei können sich 61 Prozent der Wechselwilligen vorstellen, Makler zu werden.



Quelle: © Thapana_Studio - AdobeStock.com

Personal ist Erfolgsfaktor

Ein zentrales Ergebnis der BVK-Strukturanalyse: Mitarbeiter sind ein entscheidender Wachstumstreiber. Zwischen Personalstärke und Umsatz besteht ein klarer Zusammenhang. „Eine kluge Arbeitsteilung steigert die Abschlussproduktivität und damit auch den Gewinn – vorausgesetzt, die Betriebsleitung verfügt über das nötige Führungswissen“, betont Prof. Dr. Matthias Beenken. „Rechnerisch bringt jeder zusätzliche Mitarbeitende knapp 69.000 Euro mehr Umsatz“.

Insgesamt zeigt sich der klassische Versicherungsvertrieb weiterhin robust und wirtschaftlich stabil, trotz regulatorischer Herausforderungen und ausbleibender Reformimpulse. Besonders der Exklusivvertrieb behauptet sich unter schwierigen Rahmenbedingungen einer zunehmenden Regulatorik.

Die BVK-Strukturanalyse wurde online durchgeführt. An ihr nahmen 1.440 Versicherungsvermittler teil. 91 Prozent davon waren Exklusivvertreter, vier Prozent Mehrfachvertreter und fünf Prozent Makler. Das Durchschnittsalter der Teilnehmer lag bei 51 Jahren.
Autor: www.bvk.de

bAV zwischen Garantien und Rendite:

Makler fordern variable Anpassungsmöglichkeiten

Ertragschancen oder Sicherheit? Eine betriebliche Altersvorsorge (bAV) muss beides bieten – und zwar flexibel gestaltet nach Wunsch der Kunden. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN, die der Lebensversicherer Canada Life in Auftrag gegeben hat. Im Rahmen einer Telefonumfrage wurden insgesamt 150 Makler befragt, die seit mindestens 3 Jahren die betriebliche Altersvorsorge beraten. Auffällig: Im Segment für Gesellschafter-Geschäftsführer spielen hohe Renditechancen aus Maklersicht eine besonders wichtige Rolle – insbesondere für Vermittler, die schon lange im bAV-Geschäft sind.

99% befürworten flexible Anpassungsmöglichkeiten von Garantie und Rendite

Was macht eine leistungsstarke bAV aus – eine Lösung, die vor allem auf Sicherheit setzt, oder die Versicherte an den Ertragschancen der Aktienmärkte teilhaben lässt? Die Antwort ist klar: es kommt darauf an. Nahezu alle Befragten (99 %) halten für entscheidend, dass das Garantie-Rendite-Verhältnis je nach Risiko-Präferenz des Kunden festgelegt werden kann.

Je nach Geschäftssegment variiert der Wunsch nach Renditechancen. Bei Rahmenverträgen für Mitarbeitende befürworten 78 % der Makler ein ausgewogenes Verhältnis von Renditechancen und Garantien. Dagegen halten nur 17 % einen höchstmöglichen Garantieanteil und wenig Renditechancen für die sinnvollste Lösung. Lediglich 5 % setzen auf hohe Renditechancen und wenig Garantie.

Ein anderes Bild zeigt sich, wenn es um die Rückdeckung von Versorgungszusagen bei Gesellschaftern-Geschäftsführern geht: Hier spricht sich über ein Viertel (27 %) der Makler für hohe Renditechancen und wenig Garantien aus. Bei Vermittlern, die Unternehmen mit 50 oder mehr Mitarbeitern betreuen, sind es sogar 32 %.

Mit insgesamt 13 % halten deutlich weniger Makler einen höchstmöglichen Garantieanteil und wenig Renditechancen für die sinnvollste Lösung. Auch hier favorisiert die Mehrheit von 60 % den ausgewogenen Mix von Renditechancen und Garantien.

Erfahrene Makler setzen eher auf Renditechancen

Noch deutlicher zeigt sich der Trend zu höheren Renditechancen bei Maklern, die seit mehr als zehn Jahre in der bAV-Beratung aktiv sind: Für die Rückdeckung einer Gesellschafter-Geschäftsführer Versorgung sehen 33 % hohe Renditechancen und wenig Garantie am sinnvollsten an (unter allen befragten Vermittlern waren es 27 %). Im Kollektivgeschäft sind es 9 % (hier lag der Durchschnitt bei 5 %).



Quelle: © ipopba - AdobeStock.com

Gefragt: individuelle Fondsauswahl und professionelles Fondsmanagement

Variable Anpassungsmöglichkeiten stehen auch bei den Fonds im Fokus. So sind 87 % der Makler davon überzeugt, dass Arbeitgebern bei der bAV eine variable Fondsauswahl wichtig ist, die verschiedene Anlageklassen und Schwerpunkte wie zum Beispiel Nachhaltigkeit gut abbildet. Bei Vermittlern, die seit mehr als zehn Jahren in der bAV tätig sind, sind es sogar 90 %. Ebenso viele Makler sind der Meinung, dass für Unternehmen eine gemanagte Fonds-Vermögensverwaltung (87 %) von Bedeutung ist. Weitere wichtige Kriterien aus Vermittlersicht sind variable Garantien (86 %) und zusätzlicher Risikoschutz durch eine BU-Option (81 %).

"Makler wünschen sich auch in der betrieblichen Altersvorsorge mehr Möglichkeiten, Ertragschancen und Sicherheitsoptionen flexibel an die Risikoneigung des Kunden anzupassen", fasst Andreas Behrens, Senior Manager Sales Operations and Solutions der Canada Life, zusammen. "Zusätzlich ist professionelles Fondsmanagement eines der wichtigsten Kriterien für Makler in der Wahl der betriebliche Altersvorsorge. Versicherer müssen Lösungen anbieten, die diesen Anforderungen gerecht werden, um Kunden durch stärkere Kapitalmarktorientierung noch besser an den positiven Marktentwicklungen teilhaben zu lassen."
Autor: www.canadalife.de

Liechtenstein Life-Maklerbefragung: Altersvorsorge mit Fondspolicen – Rendite hat Priorität

Renditechancen bleiben das wichtigste Kriterium für die Altersvorsorge. Das ist das Ergebnis einer Befragung, die der Versicherer Liechtenstein Life unter 303 Versicherungsmaklern durchgeführt hat. Im Rahmen der Online-Umfrage "Fondspolicen – Perspektiven und Potenziale" wurden Vermittler außerdem nach ihrer Einschätzung zum Potenzial von Fondspolicen für ihr eigenes Geschäft gefragt. Über zwei Drittel glauben, dass sie vom Trend zu Fondspolicen profitieren werden. Die Umfrage wurde in Zusammenarbeit mit der Fachzeitschrift AssCompact durchgeführt.

Die meisten setzen auf Renditechancen. Die überwiegende Mehrheit der Vermittler ist davon überzeugt, dass Rendite für die Altersvorsorge am wichtigsten ist (92,7 %). Auch die Option, die Altersvorsorge flexibel an veränderte Lebensumstände anpassen zu können, ist aus Sicht des Großteils der Versicherungsmakler essenziell (89,1 %), ebenso die Möglichkeit, die Fondsauswahl nach der individuellen Anlagestrategie auswählen zu können (86,4 %). Deutlich weniger (53,5 %) halten hingegen für relevant, dass die Altersvorsorge nach den eigenen Vorstellungen und Werten von Nachhaltigkeit gestaltet werden kann. Etwa jeder Dritte (35,6 %) legt Wert auf die Möglichkeit, in Fonds in einer Währung wie dem Schweizer Franken anzulegen, zum Beispiel als Mittel zur Währungsdiversifikation. Mehrfachantworten waren möglich.


Quelle: © SFIO CRACHO - Fotolia.com

Auch in Zukunft spielt die Rendite aus Maklersicht mit Abstand die wichtigste Rolle in der Vorsorge. 85,1 % der befragten Makler glauben, dass die Wichtigkeit von Renditechancen im Markt der Fondspolicen in den nächsten 5-10 Jahren voraussichtlich zunehmen wird. Die individuelle Konfiguration der Fondsauswahl sehen 73,6 % als wesentlich an. 70,6 % der Befragten schreiben dem Thema Flexibilität eine wachsende Bedeutung für die Zukunft zu. Deutlich weniger Makler gehen davon aus, dass Nachhaltigkeit wichtiger wird (60,4 %). 29,4 % glauben, dass diversifizierte Portfolios durch Anlage in Fonds in einer Währung wie dem Schweizer Franken an Bedeutung zunehmen.

Fondspolicen werden Geschäftstreiber für Makler bleiben. Davon sind zwei Drittel der Befragten überzeugt (67,4 %). Nur 3,6 % glauben, dass sich der Trend zu Fondspolicen in der Altersvorsorge (eher) negativ auf ihr eigenes Geschäft auswirken wird. "Angesichts aktueller Herausforderungen wie Langlebigkeit, Demografie und Inflation sind Fondspolicen alternativlos, um die finanzielle Unabhängigkeit im Ruhestand zu erhalten", so Dr. Aron Veress, CEO von Liechtenstein Life. "Aber sie müssen die richtigen Komponenten mitbringen. Dazu gehört neben einem kraftvollen Renditehebel auch das notwendige Maß an Flexibilität und Konfigurierbarkeit. Auch kann es in Zeiten politischer Unsicherheiten sinnvoll sein, bei den Fonds zumindest teilweise in der Währung zu diversifizieren. Unser Ziel ist es, unseren Kunden die Anlagen anzubieten, die ihren persönlichen Zielen und Interessen möglichst genau entsprechen. Dafür offerieren wir eine breite, global ausgerichtete Fondsauswahl mit vielfältigen Möglichkeiten zur Diversifizierung."

Liechtenstein Life bietet aktuell drei Fondspolicen im Rahmen der Altersvorsorge, Vermögens- und Nachfolgeplanung auf dem deutschen Markt an. Das Unternehmen hat derzeit rund 500 Fonds im Portfolio, die nach den Value-for-Money Vorgaben der EIOPA und mit Hilfe eigener Modelle ausgewählt und kontinuierlich validiert werden. Für ihre Investment-Qualität wurde Liechtenstein Life mehrfach ausgezeichnet, unter anderem vom Analyse-Institut Smart Asset-Management.

Autor: www.liechtensteinlife.com

BaFin-Kritik am Vertrieb: BVK sieht Versicherer in der Pflicht

Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK) nimmt die jüngste Kritik der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) am Vertrieb von Nettopolicen mit Aufmerksamkeit zur Kenntnis. Die Aufsicht bemängelt insbesondere, dass Versicherungsunternehmen ihrer Informationspflicht gegenüber Kunden nicht ausreichend nachkommen und stattdessen die Verantwortung auf Vermittler abwälzen.

„Die BaFin stellt fest, dass Versicherer verpflichtet sind, über die Unterschiede zwischen Brutto- und Nettopolicen umfassend aufzuklären", erklärt BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Es ist nicht in Ordnung, dass Vermittler allein für die Einhaltung gesetzlicher Informationspflichten verantwortlich gemacht werden, während sich einige Gesellschaften ihrer Verantwortung entziehen."

Laut BaFin-Bericht fehlt es bei vielen Versicherern an klaren Vorgaben zur Beratung über die Risiken von Nettoprodukten, insbesondere im Hinblick auf die fehlende gesetzliche Schutzwirkung bei vorzeitiger Kündigung. Auch eine mangelnde Transparenz bei Kickback-Zahlungen und eine unzureichende Prüfung des Kundennutzens werden bemängelt. „Es ist wichtig im Sinne des Verbraucherschutzes Transparenz über Vergütungsmodelle zu schaffen," erklärt Heinz weiter.

Der BVK fordert die Versicherungsunternehmen daher auf, ihrer Verantwortung im Produktdesign, in der Dokumentation und in der Vertriebsunterstützung gerecht zu werden. Vermittlerinnen und Vermittler benötigen verlässliche Informationen und rechtssichere Rahmenbedingungen, um ihrer Beratungsaufgabe im Sinne der Kunden nachkommen zu können. Der BVK setzt sich seit jeher dafür ein, die Qualität der Beratung zu sichern und zu verbessern – im Interesse der Verbraucher ebenso wie der seriös arbeitenden Vermittlerschaft.
Autor: www.bvk.de

AfW veröffentlicht Praxisleitfaden für den sicheren Einsatz von KI in Vermittlerunternehmen

Seit dem 02. Februar 2025 sind Teile der europäischen KI-Verordnung (KI-VO) in Kraft. Der AfW Bundesverband Finanzdienstleistung hat daher einen Praxisleitfaden zur KI-Governance für unabhängige Vermittlerunternehmen veröffentlicht.

Ziel ist es, Versicherungsmaklerinnen und -maklern, Finanzanlagenvermittlerinnen und -vermittlern sowie Immobiliardarlehensvermittlerinnen und -vermittlern konkrete Hilfestellung im Umgang mit KI-Systemen zu geben – unter besonderer Berücksichtigung der neuen europäischen KI-Verordnung.

Die europäische KI-Verordnung, die automatisch auch in Deutschland gilt, schafft einen europaweit einheitlichen Rechtsrahmen für vertrauenswürdige KI. Unabhängige Vermittlerinnen und Vermittler sehen sich damit neuen regulatorischen Anforderungen gegenüber, auch wenn die meisten von ihnen keine Hochrisiko-KI-Systeme einsetzen. Der AfW-Leitfaden bietet deshalb praxisgerechte Vorgaben, wie sich Unternehmen systematisch aufstellen können.

Neu ist insbesondere die systematische Einordnung von KI-Anwendungen nach Risikostufen, wie sie die KI-Verordnung vorsieht: von inakzeptabel bis niedrig. Der Leitfaden hilft dabei, den eigenen KI-Einsatz klar zu definieren, Risiken zu identifizieren und geeignete Schutzmaßnahmen zu ergreifen. Damit fördert er nicht nur die Einhaltung rechtlicher Vorgaben, sondern auch die Sensibilisierung für ethische und sicherheitsre-

levante Aspekte. Themen wie Verantwortlichkeiten, Datenmanagement, menschliche Kontrolle und Transparenz werden ebenso behandelt wie Anforderungen an die interne Dokumentation und Mitarbeiterschulungen.

„Mit dem neuen Leitfaden geben wir unseren Mitgliedern ein Werkzeug an die Hand, das auf die Realität in kleinen und mittelgroßen Vermittlerunternehmen zugeschnitten ist“, betont AfW-Vorstand Frank Rottenbacher. „Es geht nicht darum, bürokratische Hürden aufzubauen, sondern um Orientierung und Praktikabilität. Gerade im Umgang mit sensiblen Kundendaten ist ein bewusster und verantwortungsvoller KI-Einsatz entscheidend für das Vertrauen in unsere Branche.“

Der Leitfaden verdeutlicht auch, dass die Verantwortung für den KI-Einsatz nicht delegiert werden kann: Das Leitungsorgan eines Unternehmens bleibt stets letztverantwortlich. Gleichzeitig bietet der AfW Hilfestellung bei der Umsetzung: von der Festlegung interner Zuständigkeiten über Schulungskonzepte bis zur Integration in bestehende Compliance-Strukturen.

Der AfW wird die Inhalte des Leitfadens regelmäßig aktualisieren, um auf neue gesetzliche Vorgaben und technologische Entwicklungen reagieren zu können. Mitgliedsunternehmen erhalten so eine zuverlässige Grundlage, um Chancen von KI zu nutzen, ohne rechtliche Risiken einzugehen. Der vollständige Leitfaden steht ab sofort unter www.afw-verband.de unter dem Menüpunkt “Services” zur Verfügung.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Weniger Poolanbindungen – mehr Umsatz!

Maklerpools und -verbünde unterstützen bei der Produktauswahl, sie bieten Beratungstools, Dokumentationshilfen und vielfältigen weiteren Service. Der AfW hat im Rahmen eines umfassenden Stimmungsbildes der Branche eruiert, wie und wofür Vermittlerinnen und Vermittler Maklerpools und Verbünde nutzen und warum eine Beschränkung auf maximal zwei Partner eine gute Idee ist.

Wenige Pools sind besser. So scheinen viele Vermittlerinnen und Vermittler zu denken. Obwohl es nicht wenige Pool-Vollsortimenter gibt, die sich exklusive Anbindungen ihrer Makler wünschen, setzt die Vermittlerschaft im Durchschnitt auf genau 2,0 Maklerpools als Partner. Dies ist ein Resultat des aktuellen Vermittlerbarometers des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung, für das mehr als 1.100 Vermittlerinnen und Vermittler umfassend online befragt wurden.

„Es zahlt sich aus, sich zu fokussieren. Mit mehr Anbindungen wird die Gefahr größer sich zu verzetteln und wesentlich weniger Synergieeffekte zu erzielen.“, kommentiert Norman Wirth, Vorstand des AfW. Dennoch hatten knapp 28 Prozent der befragten Vermittelnden angegeben, dass sie mit drei oder mehr Pools arbeiten. Wie schon im Vorjahr möchten die allermeisten Vermittelnden (83 Prozent) weder mehr, noch weniger Pool- oder Verbundpartner. Jeder zehnte Vermittler (10 Prozent) will künftig mit weniger Anbindungen auskommen, jeder Zwanzigste (5 Prozent) hingegen möchte noch mindestens einen weiteren Partner.

Im Durchschnitt werden rund zwei Drittel (66 Prozent) des Geschäftes über Pools und Verbünde abgewickelt, eine leichte Steigerung im Vergleich zum Vorjahr (64 Prozent.) Das bedeutet viele Vermittelnde bewahren sich auch noch andere Produkt- und Abwicklungsquellen wie etwa Direktanbindungen an Produktgeber oder Plattformen für spezielle Produkte.

Bei der Auswahl ihrer Poolpartner achten Vermittlerinnen und Vermittler auf eine Reihe von Kriterien, die für Ihren Beratungsalltag relevant sind. Laut AfW-Vermittlerbarometer stehen das Produktportfolio knapp gefolgt von Werkzeugen und Tools ganz oben auf der Liste der Entscheidungsfaktoren. 86,9 respektive 86,7 Prozent der befragten Vermittelnden erachtet diese beiden Angebote als „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Fast ebenso bedeutsam ist das Service- und Beratungslevel (83,7). Rund drei Viertel der Befragten achten besonders auf das Weiterbildungsangebot (74,4) und den Grad der Digitalisierung (73,6 Prozent). Erst an sechster Stelle folgen die Provisionen (70,4). Dazu im Vergleich deutlich weniger bedeutsam sind – trotz aller Diskussionen in den Medien darüber – die Eigentümerstruktur (57,1) und die Größe

des Pools oder Verbunds (47,7 Prozent).

Auf die Frage, welche Angebote von Pools und Verbünden Vermittlerinnen und Vermittler konkret nutzen, stehen traditionell Weiterbildungsangebote ganz oben. Sie werden von 83,1 Prozent der Pool-und Verbundpartner in Anspruch genommen. Knapp dahinter folgen Softwaretools (82,0 Prozent), die für eine effektive und rechtssichere Beratung praktisch unerlässlich sind. Die Mehrzahl der Vermittler nutzt zudem Produktinformationen (65,3) und Produktschulungen (62,5). Als vergleichsweise weniger relevant gelten rechtliche Unterstützung (49,2) sowie das Angebot einer Produktvorauswahl durch den Pool oder Verbund (41,1 Prozent).

„Ganz klar: Die gefragten Mehrwerte zeigen, dass Pools und Verbünde durch ihre Services für die Maklerschaft ein Garant der Unabhängigkeit darstellen. Mit diesen Partnern kann man im Wettbewerb mit den Banken, Strukturvertrieben und der Ausschließlichkeit bestehen“, kommentiert Wirth die Ergebnisse.

Zur Studie: Das jährliche AfW-Vermittlerbarometer wurde in Kooperation mit den Fördermitgliedern des Verbandes bereits zum 17. Mal mittels einer Online-Umfrage im Oktober und November 2024 durchgeführt. Insgesamt 1.173 Teilnehmerinnen und Teilnehmer beantworteten maximal 124 Fragen zu ihrer Tätigkeit, ihrem Einkommen, der Regulierung und anderen aktuellen Fragen. Rund neun von zehn Befragten (88,6 Prozent) haben eine Erlaubnis für die Versicherungsvermittlung (§34d GewO), davon beraten rund 84 Prozent im Maklerstatus. 59,1 Prozent der Befragten verfügen über die Erlaubnis als Finanzanlagenvermittler/-in nach §34f GewO. Das durch das AfW-Vermittlerbarometer eruierte Stimmungsbild weist weit über den Verband hinaus, denn 62,4 Prozent der Befragten sind keine Mitglieder des AfW.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Jeder vierte Deutsche hat sich im letzten Jahr in Finanzangelegenheiten beraten lassen

In einer zunehmend komplexen Finanzwelt wird die Qualität der Beratung zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal für Finanzdienstleister. Die Data & Analytics Group YouGov hat in Kooperation mit “Der Bank Blog” die Inanspruchnahme von Finanzberatungen sowie die diesbezügliche Kundenzufriedenheit analysiert.

24 Prozent aller Deutschen haben sich in den letzten 12 Monaten in Finanzangelegenheiten beraten lassen, 72 Prozent haben hingegen keine Beratung in Anspruch genommen. Letzteres gaben die ältesten Befragten ab 55 Jahren häufiger an (78 Prozent) als die jüngeren im Alter von 18 bis 34 Jahren (63 Prozent).

Beratungen direkt bei einem Bankberater waren dabei die häufigste Art der genutzten Beratung: 50 Prozent aller Beratenen waren direkt bei einem Bankberater bzw. bei einem Angestellten der Bank oder Sparkasse. Die ältesten Befragten (60 Prozent) haben diese Form der Beratung im Vergleich häufiger genutzt als die jüngeren (44 Prozent der 18- bis 34-Jährigen). Die Jüngeren hingegen vertrauen bei Finanzberatungen häufiger auf unabhängige Berater auf Provisionsbasis (17 Prozent vs. 11 Prozent der Älteren).

Dies sind Ergebnisse des YouGov-Reports “Kundenzufriedenheit in der Finanzberatung”. Der Report geht der Frage nach, was eine gute Finanzberatung ausmacht, und wie zufrieden die Nutzerinnen und Nutzer von Finanzberatungen mit der in Anspruch genommenen Leistung sind.

Sparkassen am häufigsten für Bankberatungen ausgewählt

Die Daten des Reports zeigen, dass Sparkassen jene Bankenart mit den höchsten genutzten Bankberatungen sind: 43 Prozent all jener deutschen Verbraucher, die eine Beratung bei einem Bankberater in Anspruch genommen haben, haben dies bei einer Sparkasse getan, 26 Prozent bei einer Filialbank (wie Commerzbank oder Deutsche Bank) und 19 Prozent bei einer Genossenschaftsbank (wie Volksbanken Raiffeisenbanken).

Personen mit einem höheren Einkommen (Haushaltsnettoeinkommen größer gleich 3.000 EUR) haben sie eher bei Filialbanken wahrgenommen, Personen mit niedrigerem Einkommen (Haus-

haltsnettoeinkommen kleiner als 3.000 EUR) hingegen eher bei Direktbanken.

Mehrheit ist mit Bankberatung zufrieden

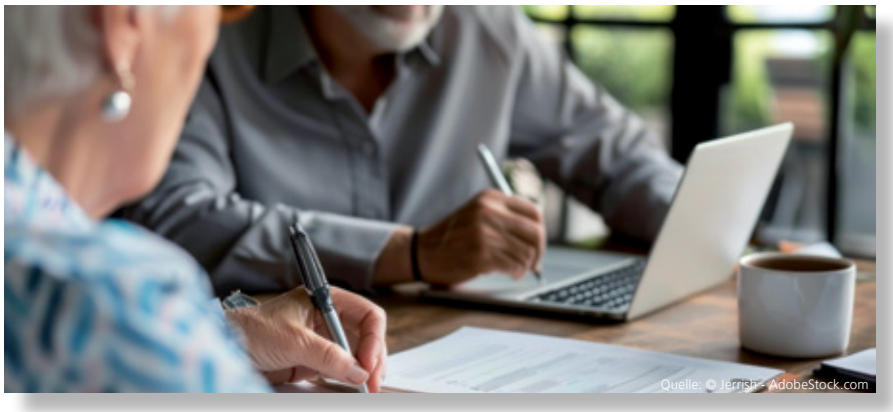
84 Prozent aller Bank-Beratenen sind mit der in Anspruch genommenen Beratung zufrieden. Dabei geben Personen mit einem niedrigeren Einkommen (HHNE < 3.000 EUR) häufiger an, sehr zufrieden zu sein (49 Prozent). Unter jenen Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen ≥ 3.000 EUR sind es weniger – 43 Prozent.

Als Potenzialgruppe gelten jene Befragten, die im letzten Jahr keine Beratung in Anspruch genommen und ein Haushaltsnettoeinkommen von ≥ 3.000 EUR haben. 63 Prozent dieser Potenzialgruppe betrachten sich als finanziell abgesichert. Die Zielgruppe ist etwas häufiger männlich (53 Prozent) und mittleren Alters (40 Prozent im Alter von 35 bis 54 Jahren vs. 31 Prozent der Gesamtbevölkerung).

Philipp Schneider, Head of Marketing DACH bei YouGov: „Nur 24 Prozent der Deutschen haben sich im letzten Jahr überhaupt beraten lassen – gleichzeitig zeigt unsere Analyse: Gerade einkommensstarke Haushalte ohne Beratung stellen ein enormes, oft ungenutztes Potenzial dar. Wer heute mit echter Kundenorientierung und nachvollziehbarer Beratung überzeugt, kann morgen Marktanteile gewinnen und langfristige Bindung aufbauen."
Autor: www.yougov.de

Jeder Dritte schiebt Thema (Ver-)Erben vor sich her

Eine neue Studie der Quirin Privatbank, die die puls Marktforschung erhoben hat, zeigt, welche Emotionen rund ums Erben und Vererben ausgelöst werden. Befragt wurden 2.668 Deutsche, repräsentativ nach Alter, Geschlecht und Bundesland. Die Studie ergänzt eine Erhebung der Quirin Privatbank von 2024, die sich hauptsächlich mit den zu vererbenden Vermögenswerten beschäftigte.


Quelle: © Jerrish - AdobeStock.com

Emotionen beim Erben und Vererben

Bei einem Großteil der Befragten werden beim Erben und Vererben zunächst einmal eher neutrale Gefühle geweckt (55 %), bei 21 % sind es positive, bei 16 % negative Gefühle. Am häufigsten positive Gefühle empfinden Befragte, die bereits mehr als 250.000 Euro geerbt haben (53 %), jene, die eine Erbschaft erwarten (33 %), und die Gutverdiener (33 %). Unter den fünf größten deutschen Städten haben die Münchner (54 %) und die Frankfurter (44 %) deutlich positivere Assoziationen als der Bundesdurchschnitt (21 %). Eine Schenkung zu erhalten, löst deutlich positivere Gefühle (61 %) aus als die Themen Erben (41 %) und Vererben (42 %).

Erben löst Dankbarkeit aus, Vererben das Gefühl, sich gekümmert zu haben

Der Gedanke daran, eine Erbschaft zu erhalten, sorgt vor allem für Dankbarkeit (61 %) und finanzielle Erleichterung (45 %), aber auch Traurigkeit (44 %) und die Angst vor dem Tod (27 %) werden getriggert. Frauen reagieren emotionaler als Männer – 50 % gaben an, traurig zu sein, bei den Männern waren es 38 %. Selbst etwas zu vererben, löst das Gefühl aus, für die Nachkommen gesorgt zu haben (45 %), sowie auch Dankbarkeit (40 %), gleichzeitig spielt auch hier die Angst vor dem Tod eine Rolle (31 %).

Jeder Dritte prokrastiniert

Jeder Dritte schiebt die Auseinandersetzung mit dem Erben und Vererben vor sich her. Weitere 30 % gaben an, dass diese Themen für sie noch keine Rolle spielen, selbst die über 50-Jährigen sagen das zu 23 %. Klammert man die Antwort "Spielt für mich noch keine Rolle" aus, sind es sogar fast 40 % "Aufschieber"

bei den über 50-Jährigen. "Das hat mich wirklich überrascht", kommentiert Susanne Steinmann, Head of Solutions der Quirin Privatbank, die Ergebnisse. "Es gibt zwar nicht den einen richtigen Zeitpunkt, aber spätestens mit 50 ist es allerhöchste Zeit, diese Themen anzugehen. Gerade vermögende Kunden sollten keine Zeit verlieren – sie können alle zehn Jahre Schenkungsfreibeträge nutzen, um Erbschaftssteuern zu sparen – das geht aber nur, wenn sie sich rechtzeitig kümmern", so Steinmann. "Auch für jüngere Paare ist es wichtig, an entsprechende Vorkehrungen zu denken, beispielsweise wenn sie keine Kinder haben, dafür aber eine Immobilie: Stirbt der Partner, ziehen unter Umständen die Schwiegereltern mit ein – das freut sicher nicht jedermann."

Auch hier gibt es große regionale Unterschiede: Die Münchner schieben am stärksten auf (44 %), die Hamburger am wenigsten (19 %).

Ein Thema, zwei Blickwinkel: Erben und Vererben

37 % der Befragten finden es wichtig, sich um das ERBEN zu kümmern, höher ist der Anteil, wenn eine Erbschaft erwartet wird (53 %), schon mal geerbt wurde (45 %) oder eine Erbschaft zu vergeben ist (45 %). Wer noch nie geerbt oder nichts zu vererben hat, findet das deutlich weniger wichtig (27 % bzw. 18 %). Das VERERBEN scheint relevanter zu sein – 50 % erachten das als wichtig, bei den Münchnern sogar 70 %. Auch hier gilt: Die gefühlte Wichtigkeit steigt mit den vererbten oder zu erbenden Summen.

Was motiviert, was hindert?

Die stärksten Motive, sich mit dem Erben zu beschäftigen, ist die Vermeidung von Konflikten (55 %), beim Vererben ist es das


Quelle: © MIND AND I - AdobeStock.com

Wissen, selbst bestimmen zu können, was geschieht (51 %). Das größte Hemmnis sowohl beim Erben als auch beim Vererben ist die Auseinandersetzung mit dem Tod (62 bzw. 63 %). Dass es sich um Tabuthemen handle, geben 29 % an, in Hamburg waren es 37 %, in Frankfurt nur 15 %. Bisher hat sich nur jeder Fünfte intensiv mit dem Erben (21 %) und Vererben (23 %) beschäftigt.

Ein heikles Thema – wer spricht es an?

"Beim Erben gibt es zwei Seiten – einen, der gibt, und einen, der erhält. Spannend ist, dass bundesweit eine klare und einheitliche Auffassung darüber herrscht, wer die Initiative für Gespräche zwischen Erbenden und Erblassern übernehmen sollte – nämlich der Erblasser, da sind sich 77 % der Befragten einig", so Steinmann. "Ich weiß, dass das in der Praxis oft schwierig ist, weil die Erblasser diese Gespräche meiden. Die potenziellen Erben, meist die Kinder, sollten sich davon nicht verunsichern lassen und diese Gespräche trotzdem proaktiv anregen, zum Beispiel im Zuge einer Vollmachtserteilung." In München darf auch der Erbe Gesprächsinitiator sein (29 %), in Köln niemals (0 %).

Kommunikation noch zu selten – wenn, dann gut

56 % der Befragten haben in ihren Familien schon mal über die Themen Erben und Vererben gesprochen, 41 % noch gar nicht. "Etwas mehr als die Hälfte? Das ist zu wenig", betont Steinmann. "Zudem spricht nur jeder Dritte mit den Geschwistern, das ist aber wichtig, wenn es um die Eltern geht", so die Frankfurter Expertin weiter. Die Gespräche, die stattfinden, verlaufen laut Umfrage erfreulich positiv – sie werden als offen, einig, konstruktiv beschrieben und erfolgen frühzeitig.

Viele fürchten Konflikte

63 % der Befragten befürchten Konflikte innerhalb der eigenen Familie – wegen der ungleichmäßigen Verteilung des Erbes (50 %), wegen eines fehlenden Testaments (49 %, laut Quirin-Studie 2024 haben 71 % kein Testament) und wegen möglicher Streitigkeiten um persönliche Dinge (48 %). In Frankfurt fürchten nur 46 % der Befragten Konflikte, in München 66 %. Die, die bereits gesprochen haben, sorgen sich überraschenderweise zudem mehr um Konflikte als die, die noch nicht gesprochen haben. Konfliktpotenzial sehen die Befragten auch beim Enterben – so geben 85 % an, dass das Enterben große Konflikte auslösen kann. 16 % sagen, dass sie ggf. mal jemanden enterben werden, 7 % haben bereits jemanden enterbt.

Grundsätzlich geht die Bereitschaft, etwas zu vererben, seit der allerersten Studie von 2017 zurück – wollte damals noch jeder Zweite etwas vererben, ist es jetzt nur noch knapp jeder Dritte. Und auch die Zahl der tatsächlichen Erben ist leicht rückläufig. Dabei gibt es auch hier große regionale Unterschiede – so hat in München schon jeder Zweite einmal geerbt, in Köln hingegen nur jeder Dritte. In München erwartet jeder Zweite eine Erbschaft, in Berlin nur jeder Fünfte.
Autor: www.quirinprivatbank.de

So könnte FIDA die Branche verändern

Auf dem 22. Hauptstadtgipfel des AfW Bundesverband Finanzdienstleistungen informierten Experten die Entscheider aus der Finanzdienstleistungsbranche über den aktuellen Stand der Regulierung zur Financial Data Access Regulation (FIDA) in Brüssel und diskutierten, was damit auf Beraterinnen und Berater zukommen könnte.

Die geplante EU-Verordnung FIDA soll einen einheitlichen Rechtsrahmen für den Zugriff auf und die Nutzung von Finanzdaten schaffen. Erklärtes Ziel ist ein offenes, standardisiertes und sicheres Daten-Ökosystem im Finanzsektor, das über die bereits bestehende Open-Banking-Regulierung wie die Zahlungsdienstleisterrichtlinie PSD2 hinausgeht und auch Versicherungen, Kredite, Wertpapiere und andere Finanzprodukte einbezieht. In dieser künftig offenen Finanzwelt sollen Verbraucher ihre Finanzdaten sicher und kontrolliert nutzen und von innovativen Dienstleistungen profitieren.

Technologiebasierte Finanzberatung im Jahr 2035

Auf dem AfW-Hauptstadtgipfel diskutierten Entscheider aus der Finanzdienstleistungsbranche über mögliche Rahmenbedingungen, Chancen und Gefahren der anstehenden Regulierung. Andreas Beys, Vorstand der Sauren Fonds AG, umriss eine Vision, wie bei umgesetzter FIDA der Alltag einer Finanzberaterin im Jahr 2035 aussehen könnte. „Technologie ist nicht mehr nur ein Werkzeug, sie ist stille Begleitung, unsichtbar, effizient und selbstverständlich“, so Beys. In dieser Welt fungiert ein Berater als Lebenscoach, Finanznavigator und strategischer Partner für Kundinnen und Kunden.

Einige Eckpunkte aus Beys Vision:

- KI-Agenten erkennen frühzeitig relevante Veränderungen wie Gehaltssprünge, geändertes Ausgabenverhalten oder neue Lebenssituationen. Mit einer intelligenten Früherkennung in Verbindung mit abgestimmten Finanzplänen erreichen Berater nicht nur einen Wettbewerbsvorteil, sie stärken die Beziehung zu ihren Kunden und schaffen konkreten Mehrwert.
- Dank einem digitalen Financial Home, in das sämtliche Verträge integriert sind, können Policen, Prämien und Leistungsdetails standardisiert und maschinenlesbar analysiert werden, falls Kundinnen und Kunden den Zugang erlauben.

Erfahrungen aus der Bankenwelt mit Open Finance

Nicola Breyer, Open-Finance- und FIDA-Expertin, sprach auf dem AfW- Hauptstadtkongress über ihre langjährige Erfahrung im Open Banking. „Die Transaktionsdaten der Banken sind nicht ausreichend dafür, ein 360 Grad Bild der finanziellen Position einer Person zu erstellen und auf Basis dieser Mehrwerte für diese zu generieren. Unter anderem deshalb hat Open Banking bisher noch nicht den ökonomischen Mehrwert, den wir uns früher vorgestellt haben.“ Daraus könne man für FIDA lernen, so die Expertin.

„Wir müssen als Industrien und über Industrien hinweg, als Finanzdienstleistungsbranche, als Technologieanbieter, als Anwälte und Verbände in einem Ökosystem zusammenarbeiten, damit wir eine sinnvolle Governance für dieses Thema erstellen und damit wir Businessmodelle aufbauen, bei denen alle Marktteilnehmer etwas verdienen können“, betonte Breyer. Besonders wichtig sei es dabei, nicht nur produktbasiert, sondern menschenbasiert zu denken. „Wir werden bald eine Generation erleben, die nur noch digital lebt und digitale Angebote erwartet. Diese Angebote müssen auf die einzelnen Personen zugeschnitten sein“, so die Open-Finance-Expertin.

Viel Kapitalbedarf nötig

Es werde zweifellos viel Geld und Ressourcen kosten, bisher nicht aufbereitete, nicht exponierbare Daten in der Versicherungsbranche auf einen verwertbaren Stand zu bringen. Dies sei aber alternativlos. Eine digitale Ökonomie brauche standardisierte Daten und Rechtssicherheit. Andere Länder wie Großbritannien seien da voraus. „Dort ist die Implementierung einer Open Data Strategie für viele Industrien deutlich weiter ausgereift. Der Data (Use and Access) Act ist die Basis für eine Datenökonomie. Man rechnet damit, dass dieses Gesetz durch Produktivitätssteigerungen das britische GDP um 2 Prozent erhöhen wird“, unterstrich Breyer.

Sie erwartet, dass künftig viel mehr als heute individualisierte oder kohortenbasierte Produkte gebaut werden, wenn Datenpools

vorliegen. Ihr Appell an die Branche: „Bitte beschäftigen Sie sich mit der FIDA-Regulatorik, sehen Sie sie als Chance an. Überlegen sie sich, wie Sie ihre Kunden bestmöglich personalisiert betreuen können und wie Technologie dabei helfen kann“. KI einzuschalten bringe nichts ohne relevante Daten. Daher sei eine Datenstrategie essenziell.

GOFC bereitet Positionspapier vor

Nicola Breyer und Andreas Beys stellten sich einer lebhaften Diskussion mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die zahlreiche Fragen und Anregungen zu FIDA einbrachten. Norman Wirth, Geschäftsführender Vorstand des AfW, bekräftigte zudem, dass sich der AfW, gemeinsam mit guten Partnern innerhalb der Branche, proaktiv den Herausforderungen stellt. „Es wird absehbar eine Regulierung zum Finanzdatenzugang geben. Für uns ist klar, wir wollen und müssen mitreden und dies nicht aus einer Position der Fundamentalopposition heraus, die teilweise in der Branche vorherrscht“, so Wirth.

Aktuell bereitet die German Open Finance Charta https://openfinance-charta.de/, der sich der AfW mit vielen anderen Marktteilnehmern angeschlossen hat, ein Positionspapier zu FIDA vor, um Anregungen für die anstehenden finalen Verhandlungsgespräche im Gesetzgebungsprozess in Brüssel zu geben. Derzeit ist das Projekt ebenso wie die Kleinanlegerstrategie im Trilog-Verfahren. Das bedeutet, die EU-Kommission, das EU-Parlament und der Rat der EU versuchen, einen Kompromiss zu finden, der dann später in einem Gesetzesentwurf präsentiert wird. Der AfW erwartet, dass dies nach der Sommerpause unter dänischer Ratspräsidentschaft aktiv und zügig vorangetrieben wird.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

GDV-Statistik:

Jeder fünfte Versicherungsvertrag wird digital abgeschlossen

Eine Umfrage unter GDV-Mitgliedsunternehmen zeigt, dass der digitale Vertrieb immer wichtiger wird. Gleichzeitig bleibt die persönliche Beratung ein unverzichtbarer Teil des Versicherungsgeschäfts. Immer mehr Menschen schließen ihre Versicherungen online ab. Gleichzeitig bleibt die persönliche Beratung ein zentraler Bestandteil des Geschäfts. Das zeigt eine aktuelle Auswertung des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). „2024 wurde mehr als jeder fünfte Versicherungsvertrag (22 Prozent) digital abgeschlossen – etwa über eine Webseite, ein Vergleichsportal oder eine App“, sagt Jörg Asmussen, Hauptgeschäftsführer des GDV. Zum Vergleich: 2023 lag der Anteil bei 20 Prozent, 2022 bei 18 Prozent.

Kfz- und Krankenzusatzversicherung besonders häufig digital

Große Unterschiede zeigen sich bei der Bedeutung digitaler Abschlüsse in den einzelnen Versicherungssparten. Spitzenreiter ist die Kfz-Versicherung: Hier lag der Anteil digital abgeschlossener Verträge 2024 bei 29 Prozent. Dazu zählen private Pkw, Motorräder sowie Mopeds oder Mofas. Dennoch erfolgt der Abschluss in rund 70 Prozent der Fälle weiterhin mit persönlicher Unterstützung.

In der privaten Krankenversicherung sind vor allem Zusatz- und Auslandsreiseversicherungen online stark nachgefragt. Der Digitalanteil liegt hier bei über 27 Prozent.

In der privaten Sach-, Unfall- und Haftpflichtversicherung liegt er bei über 17 Prozent. Dazu zählen Geräteschutzversicherungen oder Garantieverlängerungen beim Kauf elektronischer Geräte. „Versicherungen, die direkt beim Kauf eines Produkts mitangeboten werden, spielen eine wachsende Rolle. Von allen digital abgeschlossenen Privatkundenverträgen in der Sach-, Unfall- und Haftpflichtversicherung kommen ungefähr 40 Prozent als Embedded Insurance zustande“, so Asmussen.

Persönliche Beratung bleibt wichtig

Trotz des wachsenden Digitalanteils: Knapp 80 Prozent der Verträge kamen 2024 mit persönlicher Unterstützung zustande.

Besonders bei beratungsintensiven Produkten wie Lebens- oder Krankenvollversicherungen bleibt das persönliche Gespräch entscheidend. In der Lebensversicherung liegt der digitale Anteil derzeit bei nur gut drei Prozent. Gerade bei existenziellen Risiken oder langfristiger Vorsorge setzen viele Menschen weiterhin auf individuelle Beratung.

Gleichzeitig wächst das Bedürfnis nach einfachen, komfortablen und schnellen Wegen zur Absicherung. Die Unternehmen haben darauf reagiert und bieten mehr digitale Abschlussstrecken. So wird der Online-Abschluss zum festen Bestandteil des Vertriebs, besonders bei Verträgen, die weniger Erklärungsbedarf haben.
Autor: www.gdv.de

Wer besitzt wie viel?

Ein Vermögensvergleich nach Altersgruppen

Je nach Altersgruppe unterscheiden sich Höhe und Verteilung der Vermögen deutlich. In der Vergleichsgruppe der unter 35-Jährigen genügte im Jahr 2023 ein Haushaltsnettovermögen in Höhe von 17.300 Euro, um zur vermögensreicheren Hälfte dieser Gruppe zu gehören. Demgegenüber lag das Medianvermögen der 55- bis 64-Jährigen beinahe bei einer Viertelmillion Euro (241.100 Euro). Gleichzeitig fällt die relative Ungleichheit in Vergleichsgruppen mit höherem Alter niedriger aus als in jüngeren Altersgruppen.

Das Medianvermögen aller privaten Haushalte in Deutschland lag im Jahr 2023 bei rund 103.100 Euro, das heißt, die Hälfte der Haushalte konnte auf Rücklagen in Höhe von mindestens 100.000 Euro zurückgreifen. Dies zeigen eigene Berechnungen auf Basis der Vermögensbefragung Private Haushalte und ihre Finanzen (PHF) der Deutschen Bundesbank. Ob substanzielle Vermögenswerte vorliegen, hängt stark mit dem Alter zusammen. Da die Erhebung keine individuelle Abgrenzung der Vermögen ermöglicht, erfolgt die Zuordnung zu einer Altersgruppe nach dem Lebensalter der ältesten Person im Haushalt. In der so definierten Altersgruppe der unter 35-Jährigen zählte man mit einem Vermögen in Höhe von 100.000 Euro bereits zum reichsten Fünftel der Altersgruppe, der altersspezifische Median lag bei merklich niedrigeren 17.300 Euro. Mit höherem Alter steigt das Medianvermögen an, um schließlich in der Altersgruppe der 55- bis 64-Jährigen den höchsten Wert zu erreichen. Um in dieser Altersgruppe zur reicheren Hälfte zu gehören, war im Jahr 2023 ein Vermögen in Höhe von 241.100 Euro erforderlich. Die Vermögenshöhe folgt somit einem Lebenszyklus-Muster: Während der Erwerbsphase wird zunächst Vermögen aufgebaut, welches nach dem Erwerbsleben schrittweise wieder abgebaut wird, um typischerweise niedrigere Einkommen im Ruhestand auszugleichen. Dazu passend gehen die altersspezifischen Medianvermögen mit weiter zunehmendem Alter etwas zurück.

Auch die Schwellenwerte zu den 10 Prozent mit den höchsten Vermögen einer Altersgruppe, die sogenannten 90-Prozent-Perzentile, unterscheiden sich deutlich. Unter 35-Jährige zählten im Jahr 2023 zu den vermögensreichsten 10 Prozent ihrer altersspezifischen Vergleichsgruppe, wenn sie über ein Nettovermögen von mehr als 200.400 Euro verfügten. Demgegenüber musste in den Altersgruppen 54 bis 64 Jahre (1.061.200 Euro) und 65 bis 74 Jahre (1.019.800 Euro) jeweils ein Haushaltsnettovermögen in Höhe von mehr als 1 Million Euro vorliegen, um zu den oberen 10 Prozent der Vergleichsgruppe zu gehören. In der Altersgruppe 75 Jahre und älter lag das 90-Prozent-Perzentil bei 767.700 Euro – und damit nahe des Durchschnitts aller Haushalte. Denn, wer über ein gemeinsames Haushaltsnettovermögen von mehr als 777.200 Euro verfügte, zählte im Jahr 2023 zu den vermögensreichsten 10 Prozent aller privaten Haushalte in Deutschland.

Ein Maß, um die relative Ungleichheit der Vermögen innerhalb einer Altersgruppe zu beschreiben, ist das Verhältnis des 90-Prozent-Perzentils zum altersspezifischen Medianvermögen. Um zu den oberen 10 Prozent der unter 35-Jährigen zu gehören, musste ein Haushalt beinahe über das zwölffache des Medianvermö-

gens der Altersgruppe verfügen, bei den 55- bis 64-Jährigen lag das Verhältnis mit etwas mehr als das Vierfache deutlich niedriger, auch wenn die absoluten Vermögensabstände im Alter höher ausfallen als in jungen Jahren.

Das Muster zeigt sich auch bei den altersspezifischen Gini-Koeffizienten. Während der Gini-Koeffizient in der Altersgruppe unter 35 Jahre bei 0,83 lag, nimmt die Ungleichheit innerhalb der Altersgruppen mit zunehmendem Alter ab (35 bis 44 Jahre: 0,80; 45 bis 54 Jahr: 0,73). Mit einem Gini-Koeffizienten in Höhe von 0,63 lag die Ungleichheit der Haushaltsvermögen in der Altersgruppe mit 55- bis 64-jährigen Referenzpersonen am niedrigsten, während die Gini-Koeffizienten in den Altersgruppen ab 65 Jahre zwischen 0,66 und 0,68 rangierten. Im Durchschnitt aller Haushalte lag der Gini-Koeffizient der privaten Nettovermögen im Jahr 2023 bei rund 0,724.

Die Höhe der Vermögen hängt auch von der Haushaltsstruktur ab: So finden sich in der jüngsten und ältesten der hier betrachteten Altersgruppen häufiger Single-Haushalte ohne Partner, in den mittleren Altersgruppen ist demgegenüber der Anteil zusammenlebender Paare höher. Während das Medianvermögen von Haushalten ohne Partner bei den unter 35-Jährigen 9.800 Euro beträgt, liegt es bei zusammenlebenden Paaren in der Altersgruppe bei 42.300 Euro. In der Altersgruppe der 55- bis 64-Jährigen fällt das Verhältnis der Medianvermögen je nach Haushaltsstruktur ähnlich aus: 79.800 Euro bei Haushalten ohne Partner gegenüber 361.800 Euro bei Partnerhaushalten. Ist die älteste Person des Haushalts mindestens 75 Jahre alt, fällt die Relation mit 122.700 Euro versus 283.700 Euro etwas niedriger aus. Eine weitere Differenzierung der Verteilungen beispielsweise nach Kinderanzahl ist aufgrund der geringen Beobachtungszahl nicht möglich.

Auch die Zusammensetzung der Vermögen unterscheidet sich zwischen den Altersgruppen. Während in der Altersgruppe unter 35 Jahre nur 7 Prozent der Haushalte über selbstgenutztes Wohneigentum verfügen, erreicht die Eigentumsquote mit 56 Prozent in der Altersgruppe 55 bis 64 Jahre den höchsten Anteil. Im Durchschnitt aller Haushalte lag die Wohneigentumsquote im PHF 2023 bei 42 Prozent. Mit Ausnahme der jüngsten Altersgruppe stellt das selbstgenutzte Wohneigentum mit einem durchschnittlichen Anteil von 42 bis knapp 50 Prozent des Bruttovermögens die bedeutendste Komponente des Portfolios dar. Jüngere Haushalte verfügen demgegenüber überdurchschnittlich häufig über Aktien, Fonds und Anleihen. Fast die Hälfte der unter 35-Jährigen investierte 2023 in diese Anlageformen, während der Anteil in den Altersgruppen ab 65 Jahre zwischen 35 und 39 Prozent variierte.

Korrespondierend zur mit dem Alter steigenden Bedeutung von Eigentum spielen Hypothekenkredite insbesondere im Portfolio der 35- bis 44-Jährigen eine bedeutende Rolle, um dann mit steigendem Alter sukzessive getilgt zu werden. Auch bei der Bedeutung von Verbraucherkrediten zeigt sich ein gewisses Lebenszyklus-Muster: Während in den Altersgruppen bis 54 Jahre rund 36 bis 38 Prozent der Haushalte angeben, über Konsumentenkredite zu verfügen, geht dieser Anteil bis zur Altersgruppe 75 Jahre und älter auf 6 Prozent zurück. Da Wohnungskredite in der Regel deutlich höher ausfallen als Konsumentenkredite, fällt die Verschuldung in der Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen im Durchschnitt am höchsten aus und macht knapp ein Viertel des Bruttovermögens aus. In der Altersgruppe ab 75 Jahre reduziert sich der Anteil der Schulden am Bruttovermögen auf etwas mehr als 1 Prozent. Insgesamt verfügten knapp 5,7 Prozent der Haushalte im PHF 2023 über ein negatives Haushaltsnettovermögen, das heißt, ihre Schulden überstiegen die Vermögenswerte. Während in der Altersgruppe der unter 35-Jährigen rund 11 Prozent der Haushalte negative Nettovermögen aufwiesen, lag der Anteil verschuldeter Haushalte in der Altersgruppe ab 75 Jahre mit knapp 1 Prozent am niedrigsten.

Unter dem Strich ist festzuhalten, dass die Position in der Nettovermögensverteilung entscheidend davon abhängt, ob sich ein Haushalt mit seiner Altersgruppe oder der Bevölkerung insgesamt vergleicht. Auch die Haushaltsstruktur und die Form der Vermögensbildung – beispielsweise der Erwerb von Wohneigentum, der für die Höhe des Vermögens besonders bedeutend ist – hängen eng mit der Vermögenslage in verschiedenen Lebensphasen zusammen.

Autor: www.iwkoeln.de



Quelle: © Miha Creative - AdobeStock.com

Zahl unabhängiger Vermittlerinnen und Vermittler mit Zulassung nach § 34 d, f und i Gewerbeordnung steigt

Die Zahl der bei den Industrie- und Handelskammern registrierten Versicherungsvermittlerinnen und -vermittler ist weiter rückläufig – doch das Maklermodell zeigt sich davon unbeeindruckt: Die Zahl der unabhängigen Versicherungsmaklerinnen und -makler ist im Jahresvergleich erneut leicht gestiegen. Das zeigen aktuelle Zahlen des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) zum Stichtag 1. Juli 2025.

Demnach waren am 1. Juli 2025 insgesamt 179.923 Versicherungsvermittlerinnen und -vermittler im Register eingetragen – ein Rückgang um 3.117 Personen bzw. –1,7 % gegenüber dem Vorjahr. Besonders stark betroffen ist der Ausschließlichkeitsvertrieb: Die Zahl der gebundenen Versicherungsvertreterinnen und -vertreter sank um 3.434 Personen auf 99.797 (–3,3 %). Im Gegensatz dazu wuchs die Zahl der registrierten Versicherungsmaklerinnen und -makler um 225 auf nunmehr 46.771 (+0,5 %).

„Noch vor wenigen Jahren war zu hören, dass im Vermittlermarkt 100.000 Personen ausreichend seien. Das wurde nun zumindest in der Ausschließlichkeit erreicht, aber der Maklermarkt wächst.“, kommentiert Norman Wirth, geschäftsführender Vorstand des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung, die Entwicklung. „Das unterstreicht einmal mehr, wie zukunftsfähig das unabhängige Maklermodell ist – gerade in einem zunehmend komplexen Markt.“



Quelle: © fotogestoeber - AdobeStock.com

Die Gründe für diese Entwicklung seien vielschichtig, so Wirth. Zum einen nehme der Wunsch vieler Vermittlerinnen und Vermittler nach unternehmerischer Freiheit und freier Produktauswahl spürbar zu. Zum anderen würden moderne Maklerpools, Dienstleister und Maklerverbünde heute eine Infrastruktur bieten, die es auch Einzelunternehmen ermögliche, professionell und effizient am Markt zu agieren – inklusive Digitalisierung, Weiterbildung und Regulatorik-Unterstützung.

Auch 34f und 34i mit positiver Entwicklung

Auch bei den anderen relevanten Vermittlergruppen zeigt sich ein stabiles Bild:

Die Zahl der Finanzanlagenvermittlerinnen und -vermittler (§ 34f GewO) stieg im Jahresvergleich leicht von 40.742 (Juli 2024) auf 41.018 (+0,7 %).
Die Zahl der Immobiliardarlehensvermittlerinnen und -vermittler (§ 34i GewO) wuchs ebenfalls moderat: von 57.420 auf 57.711 (+0,5 %).
„Der Trend ist klar: Trotz zunehmender Regulierung entscheiden sich weiterhin viele Menschen für eine Tätigkeit in der unabhängigen Beratung – sei es im Versicherungs-, Anlage- oder Finanzierungsbereich“, so Wirth. „Das zeigt: Diese Berufe bieten nicht nur Stabilität, sondern auch eine unternehmerische Perspektive mit Sinn.“

„Diese Zahlen belegen eindrucksvoll, dass sich Unabhängigkeit in der Beratung bewährt – und dass Versicherungs- und Finanzberatung nicht einfach digital substituiert werden kann“, so Wirth weiter. „Gerade bei komplexen Themen setzen Verbraucherinnen und Verbraucher weiterhin auf persönliche Beratung – und das mit gutem Grund.“

Beruf mit Perspektive – auch für den Nachwuchs

Die Entwicklung sei auch ein wichtiges Signal an den Nachwuchs: Wer heute als Maklerin oder Makler in die Branche einsteige, finde ein stabiles, zukunftsfähiges und sinnstiftendes Tätigkeitsfeld vor. Der AfW engagiert sich daher auch mit seiner Initiative #DIE-34ER gezielt für junge und junggebliebene Vermittlerinnen und Vermittler.

„Wir brauchen in der Branche keinen Rückzug, sondern Aufbruch“, so Wirth. „Und der findet längst statt – nicht nur in den Zahlen, sondern auch im Denken.“

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

§ 34k GewO:

Vermittlung von Ratenkrediten wird ab 2026 reguliert

Ab dem 20. November 2026 benötigen alle Vermittlerinnen und Vermittler, die allgemeine Verbraucherdarlehen – also Raten- oder Verbraucherkredite – vermitteln, eine Erlaubnis nach dem neuen § 34k Gewerbeordnung (GewO).

Dies sieht der am 23. Juni 2025 veröffentlichte Gesetzentwurf des Bundesministeriums der Justiz zur Umsetzung der EU-Verbraucherkreditrichtlinie vor. Die bislang erforderliche Erlaubnis nach § 34c Abs. 1 GewO wird dann entfallen.

Die neue Regulierung orientiert sich im Aufbau an der Erlaubnis nach § 34i GewO für Immobiliardarlehensvermittlerinnen und -vermittler. Sie sieht folgende Anforderungen vor:

- Gewerbetreibende mit einer Erlaubnis nach § 34k GewO müssen Vermittlerinnen und Vermittler von Verbraucherkrediten sowie unmittelbar an der Vermittlung mitwirkenden Personen in das Vermittlerregister beim DIHK eintragen lassen.
- Vermittlerinnen und Vermittler von Verbraucherdarlehen sowie alle unmittelbar an der Vermittlung mitwirkenden Personen müssen künftig in das Vermittlerregister beim DIHK eingetragen werden.
- Für diese Personen ist ein Sachkundenachweis erforderlich. Dazu wird eine neue IHK-Sachkundeprüfung eingeführt. Wer bereits eine erfolgreich abgelegte Sachkundeprüfung nach § 34i GewO vorweisen kann, erhält eine Anerkennung – eine erneute Prüfung ist dann nicht erforderlich. Eine sogenannte „Alte-Hasen-Regelung“, wie sie aus dem Bereich der Versicherungsvermittlung bekannt ist, wird es hingegen nicht geben.
- Zusätzlich besteht eine Pflicht zur jährlichen Weiterbildung im Umfang von fünf Stunden.

Die Pflicht zur Sachkunde und Weiterbildung trifft ausschließlich die Personen, die unmittelbar Beratungs- oder Vermittlungsleistungen erbringen. Übt der Gewerbetreibende diese Tätigkeiten nicht selbst aus, entfällt für ihn diese Verpflichtung.

„Auf Grundlage unserer Daten aus dem AfW-Vermittlerbarometer gehen wir davon aus, dass eine fünfstellige Zahl an Vermittlerinnen und Vermittlern eine Erlaubnis nach § 34k GewO beantragen wird – zusätzlich zahlreiche Personen aus dem Einzel- und Autohandel. Der Gesetzgeber muss sicherstellen, dass ausreichend Kapazitäten für die neue Sachkundeprüfung zur Verfügung stehen, damit eine unterbrechungsfreie Vermittlung ab November 2026 gewährleistet bleibt“, fordert AfW-Vorstand Frank Rottenbacher.

Laut Gesetzentwurf wird das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz ermächtigt, eine Rechtsverordnung zu erlassen, die unter anderem die Anforderungen an Sachkunde, Weiterbildung sowie Verhaltens- und Informationspflichten gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern konkretisiert. Dazu zählt auch die Pflicht, Provisionen und andere Zuwendungen offenzulegen – ein gesetzgeberischer Ablauf, der bereits aus anderen gewerberechtlichen Regelungen bekannt ist (beispielsweise aus der VersVermV im Zusammenhang mit dem § 34d GewO).

Für sogenannte Absatzfinanzierer – etwa Auto- oder Möbelhäuser sowie Elektromärkte – sieht der Gesetzentwurf Ausnahmen vor, sofern sie als Kleinst-, kleine oder mittlere Unternehmen (KMU) im Sinne der EU-Empfehlung 2003/361/EG gelten. Der AfW kritisiert diese Ausnahme für kleine Annexvermittler deutlich:

„Die Regulierung soll dem Verbraucherschutz dienen. Wenn jedoch wesentliche Marktteilnehmer von den Anforderungen ausgenommen werden, wird kein einheitliches Wettbewerbsumfeld geschaffen. Gerade im Bereich der Absatzfinanzierung – ob im Autohaus, Möbelhandel oder Online – ist das Risiko für Verbraucherinnen und Verbraucher besonders hoch. Studien belegen, dass insbesondere die Vielzahl kleiner Kredite und ‘Buy Now, Pay Later’-Angebote die Gefahr einer Überschuldung massiv erhöhen. Wer hier keine einheitlichen Regeln schafft, handelt nicht im Sinne des Verbraucherschutzes“, warnt AfW-Vorstand Frank Rottenbacher.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

BVK warnt:

Überregulierung überfordert Kunden und Vermittler gleichermaßen

Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) kritisiert die zunehmende Bürokratisierung in der Versicherungsvermittlung:


Quelle: © BillionPhotos.com - Fotolia.com

Die gestiegene Komplexität regulatorischer Anforderungen in der Versicherungsvermittlung führt zu einer massiven Überforderung – nicht nur auf Seiten der Vermittler, sondern auch bei den Kunden. Anlass ist die aktuelle Mystery-Shopping-Aktion der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), die von der Europäischen Versicherungsaufsicht (EIOPA) in acht Mitgliedstaaten koordiniert wurde und aufzeigt, wie sehr die Beratung unter der Bürokratielast leidet.

„Die Flut an Dokumentationspflichten ist längst nicht mehr verhältnismäßig“, erklärt BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Vermittler müssen sich durch ein Dickicht aus Formularen, rechtlichen Vorgaben und Informationspflichten kämpfen. Dabei müssen sie die Informationen für den Kunden adressatengerecht verdichten, um dessen Aufnahmefähigkeit nicht zu überfordern, ohne dabei relevante Informationen wegzulassen. Dies ist oft ein heikler Balanceakt,“ erklärt Heinz.

Besonders kritisch sieht der BVK, dass auch die Kunden zunehmend mit unverständlichen, seitenlangen Dokumenten konfrontiert werden. „Viele Verbraucher fühlen sich überfordert und abgeschreckt. Statt Klarheit zu schaffen, erzeugt die Regulierung Unsicherheit – das ist das Gegenteil von Verbraucherschutz“, so Heinz weiter.

Die Ergebnisse der BaFin zeigen, dass Vermittler zwar bemüht sind, den gesetzlichen Anforderungen gerecht zu werden, dabei aber oft an die Grenzen des Machbaren stoßen. Die Ursache sieht der BVK nicht in der mangelnden Qualifikation der Vermittler, sondern in der überbordenden Komplexität der Vorschriften.

Vor diesem Hintergrund begrüßt der BVK ausdrücklich die jüngsten Aussagen von EIOPA-Präsidentin Petra Hielkema, in der sie selbstkritisch einräumt, dass die zunehmenden Vorschriften zu unbeabsichtigt schlechteren Ergebnissen für Verbraucher führen könnten. Zudem teilt der BVK die Ansicht von Hielkema, dass ein vertriebsorientierter Ansatz, der auf konkrete Ergebnisse abzielt, für Verbraucher bessere Resultate liefern könnte.

Dies würde auch stärker der Initiative der Europäischen Kommission zur Entbürokratisierung entsprechen. Im Rahmen ihres Arbeitsprogramms 2025 hat die EU-Kommission umfassende Maßnahmen angekündigt, um bestehende Vorschriften zu vereinfachen und unnötige Bürokratie abzubauen. Der BVK fordert daher eine grundlegende Entschlackung der regulatorischen Vorgaben. Ziel müsse es sein, eine praxisnahe, verständliche und kundenorientierte Beratung zu ermöglichen – ohne die Vermittler in einem Wust aus Bürokratie zu ersticken.

Autor: www.bvk.de

Gefragt und gefordert: Jungmakler in der Versicherungswelt

Standardisierte Tarifvergleiche, einfache Beratungsprozesse – ersetzt durch "Kollege KI"?

Die Versicherungsbranche steht vor einem tiefgreifenden Wandel: Technologische Disruption, umfassende Regulatorik und veränderte Kundenerwartungen treffen auf eine neue Maklergeneration, die mit digitalen Mitteln, hoher Lernbereitschaft und klarem Wertekanon agiert. Die Studie "Jungmaklermarkt 2025" von BearingPoint, CoachMeNetto und den Versicherungsforen Leipzig analysiert die Lage und Herausforderungen dieser jungen Zielgruppe zwischen Versicherern, Maklern und Kunden.

Maklerinnen und Makler bleiben laut der Studie zentrale Vertriebspartner – doch der Nachwuchs denkt das Geschäftsmodell neu. Langsame, intransparente Prozesse bei Versicherern treiben die junge Generation zu Maklerpools statt Direktanbindungen: Nur 8 % arbeiten ausschließlich direkt mit Versicherungsgesellschaften. Diese Verschiebung stärkt die Verhandlungsmacht der Pools und verändert Courtagen und Maklerbetreuung. Versicherer müssen sich anpassen: Klassische Produktexpertise verliert an Bedeutung, partnerschaftliche Beratung wird wichtiger.

Die digitale Transformation bietet neue Wege zur Kundengewinnung, doch die Praxis zeigt kaum Fortschritte. Ursache sind mangelnde Zielgruppenstrategien, Leadgenerierung und KPI-Steuerung – nur 29 % steuern ihr Geschäft aktiv über Kennzahlen. "Die Digitalisierung eröffnet Maklerinnen und Maklern neue Möglichkeiten, ihre Prozesse effizienter zu gestalten. Entscheidend ist jedoch, dass sie ihr Geschäft klar an Kennzahlen ausrichten, um ihre Zielgruppen gezielt anzusprechen und die Neukundengewinnung nachhaltig zu steigern", sagt Justus Lücke, Geschäftsführer der Versicherungsforen Leipzig und Maklerforen Leipzig.

Vom Produktvermittler zum Vertrauenscoach: Die neue Rolle der Jungmakler

Auch das Selbstverständnis wandelt sich: Makler werden vom Produktvermittler zum Vertrauenscoach. 82 % erwarten, dass Kundinnen und Kunden künftig eine dauerhafte, flexibel erreichbare Ansprechperson wünschen. Das Premiumsegment mit spezialisierter Betreuung wächst – was eine angepasste Vergütungslogik, Positionierung, digitale Sichtbarkeit und klare Abgrenzung im Wettbewerb erfordert.

Trotz hoher administrativer Belastung – rund 60 % der Arbeitszeit entfällt nicht auf Beratung – verfügen nur 25 % der jungen Maklerinnen und Makler über vollständig dokumentierte Beratungsprozesse. Über 80 % sehen die zunehmende Regulatorik als größte Herausforderung. Dennoch zeigen die Ergebnisse: Die junge Generation gestaltet den Wandel aktiv mit – wer die Zukunft des Versicherungsvertriebs verstehen will, muss auf sie hören.

Digitalisierung, KI und Nachhaltigkeit – Treiber und Gradmesser der Transformation

Die Digitalisierung verändert den Versicherungsvertrieb grundlegend und sorgen für Herausforderungen für den Vertrieb: InsurTechs, FinTechs und Robo-Advisors rationalisieren Prozesse, setzen neue Standards in Effizienz und Nutzererwartung. Algorithmenbasierte Risikoanalysen, automatisierte Produktempfehlungen und KI-Beratung sind im jüngeren Kundensegment Alltag. Auch Persönliche Beratungsgespräche verändern sich.

65 % der Befragten spüren diese Veränderungen in Neukundengewinnung und Bestandsgeschäft. Wo Routineprozesse von Programmen übernommen werden, gewinnen Maklerinnen und Makler Raum für individuelle Beratung, Fachwissen und Personal Branding. Die Chance liegt in der strategischen Nutzung der Technik.

Der steigende Fokus auf Nachhaltigkeit ergänzt diesen Wandel. ESG-Regulierungen zu Produkttransparenz, Dokumentation und Beratungspflichten sind komplex und nehmen zu. Die junge Generation nimmt Nachhaltigkeit nicht nur als Pflicht wahr, sondern als persönlichen Antrieb und Unter-

nehmenswert – auch kundenseitig wird das zunehmend erwartet.

Diese Doppelherausforderung erfordert laufende Weiterbildung. Viele der Befragten integrieren Trends wie KI, ESG und neue Gesetze aktiv in ihren Alltag und sind so nicht nur Early Adopter, sondern Mitgestalter einer digitalen, regulierten und zugleich werteorientierten Versicherungswelt.

Für Sven Gerhardus, Partner bei BearingPoint im Segment Versicherungen, verdeutlicht die Studie den strukturellen Wandel ebenso wie die Zukunftsfähigkeit der neuen Maklergeneration: "Der unabhängige Versicherungsvertrieb steht vor einer tektonischen Verschiebung – mit jungen Maklerinnen und Maklern als treibende Kraft. Sie sind digitaler, anspruchsvoller und unternehmerischer als viele glauben – und sie machen damit sichtbar, wo klassische Strukturen der Versicherer versagen. Jungmakler sind nicht nur Early Adopter – sie definieren gerade aktiv die Zukunft des Versicherungsvertriebs."

Stephan Busch, Coach und Berater von CoachMeNetto ergänzt: "Egal ob KI, Digitalisierung, Honorarberatung oder Nachhaltigkeit – am Ende geht's immer um eins: Menschen fair und verständlich zu beraten, damit sie selbstbestimmte Entscheidungen treffen können. Umsatz ist kein Maßstab für gute Beratung. Unsere Aufgabe ist es, junge Berater:innen stark zu machen – für eine Branche, die morgen noch gebraucht wird. Der Wandel ist nichts Neues. Aber endlich müssen wir aufhören, nur Symptome zu verwalten – und anfangen, Ursachen zu verändern. Wir haben als Branche einen gesellschaftlichen Auftrag. Den sollten wir ernst nehmen." Autor: www.bearingpoint.com

Funk Vorsorge zu betriebliche Altersversorgung (bAV):

Unternehmen setzen vermehrt auf eigenständige Risikoabsicherungspläne

Wachstumstrend: Mehr als ein Viertel der untersuchten Unternehmen setzt auf eigenständige Risikoabsicherung. Unternehmen trennen zunehmend Risikoleistungen von der Altersversorgung und richten die Leistungshöhe am Gehalt der Mitarbeitenden aus.

Funk Vorsorge hat einjährige Risikoabsicherungspläne analysiert und mit den Daten des marktführenden Produktanbieters für kollektive Biometrie-Versicherungen, Zurich Eurolife S.A., verglichen. Risikoabsicherungen für Tod und Invalidität sind in internationalen Märkten ein fester Bestandteil der Employee Benefits. Der Funk Vorsorge-Report zur Einkommensabsicherung zeigt einen wachsenden Trend zu einjährigen Risikoabsicherungsplänen in der betrieblichen Altersversorgung (bAV).

Trend zur bedarfsgerechten Absicherung

Während früher Risikoleistungen bei Tod und Invalidität oft in Altersversorgungspläne integriert wurden, ohne im Leistungsfall die Einkommensverluste der Mitarbeitenden adäquat auffangen zu können, geht der Trend nun zur Abkopplung dieser Leistungen von den Altersleistungen. „Die Ausrichtung an den Gehaltsstrukturen ermöglicht eine bedarfsgerechtere Absicherung und erhöht die Attraktivität der betrieblichen Altersversorgung. Dies ist besonders wichtig angesichts der unzureichenden gesetzlichen Leistungen im Todes- und Invaliditätsfall", erklärt Christian Till, Bereichsleiter Markets, Products & Investments bei Funk Vorsorge.

Kollektive Biometrie-Versicherung als Rückdeckung

Stefan Hillen, stellvertretender Bereichsleiter Markets, Products & Investments bei Funk Vorsorge, betont die Vorteile: „Die Rückdeckung von einjährigen Risikoabsicherungsplänen erfolgt idealerweise über kollektive Biometrie-Versicherungen, die einen kostengünstigen Zugang zum Versicherungsschutz ohne

Gesundheitsprüfung ermöglichen. Die Praxiserfahrung zeigt, dass sich diese Produktlösung nicht nur für neue Pläne eignet, sondern sich damit auch der Finanzierungsaufwand für die Rückdeckung von bestehenden Versorgungszusagen reduzieren lässt."

Wie aus dem Funk bAV-Atlas 2025, der später in diesem Jahr veröffentlicht wird, hervorgeht,


Quelle: © StockWorld - AdobeStock.com

nutzen inzwischen mehr als ein Viertel der untersuchten Unternehmen eigenständige Risikoabsicherungspläne. Davon basieren acht von zehn Plänen auf kollektiven Biometrie-Versicherungen; knapp 85 % dieser Pläne wurden seit 2020 eingeführt.

Typische Leistungsgestaltung und Marktüberblick

„Aus den vorliegenden Daten geht hervor, dass in neun von zehn Fällen die Absicherung der gesamten Belegschaft erfolgt. Diese einjährigen Risikoabsicherungspläne sind in Unternehmen mit gehobenem Gehaltsniveau am weitesten verbreitet, etwa in der IT-, Finanz- und Beratungsbranche", ergänzt Christian Till. In den untersuchten Plänen wird grundsätzlich ein Todesfallkapital zugesagt. Mehr als die Hälfte der Versorgungen enthält zudem Leistungen für den Fall der Invalidität, entweder als Rente oder Kapitalleistung.

„Die Höhe dieser Leistungen orientiert sich meist am Gehalt der Mitarbeitenden; Festbeträge sind selten. Sowohl die Zahlen von Funk Vorsorge als auch die des marktführenden Produktanbieters zeigen, dass üblicherweise ein Todesfallkapital in Höhe des zweifachen Jahresgehalts zugesagt wird. Bei den Invaliditätsleistungen liegt man bei typischen Absicherungshöhen für die Invalidenrente in Höhe von ca. 40 % des Gehalts", stellt Christian Till fest.

Funk Vorsorge bietet auf Basis des Reports zur Einkommensabsicherung eine umfangreiche Beratung für Arbeitgeber bezüglich passender Einkommensabsicherungsmodelle. „Neben einem allgemeinen Marktüberblick können wir auch auf detaillierte Branchenauswertungen zurückgreifen", fasst Stefan Hillen zusammen.
Autor: www.funk-gruppe.de

Funk-Studie zeigt:

Immer mehr Mitarbeitende nutzen die betriebliche Krankenversicherung

Die Funk Vorsorgeberatung GmbH hat eine detaillierte Untersuchung zur Nutzung von betrieblichen Krankenversicherungen (bKV) durch Mitarbeitende in Deutschland durchgeführt. Die Studie „Funk bKV-Reporting-Guide 2026 – Wie Mitarbeitende die betriebliche Krankenversicherung nutzen" basiert auf Daten der Verträge von 170 Unternehmen, die verschiedene Größen und Branchen repräsentieren, mit insgesamt fast 70.000 versicherten Mitarbeitenden.

Ziel der Untersuchung war es, die Nutzungsquoten von bKV-Tarifen anhand der Reportings verschiedener Versicherer zu analysieren. Dabei wurden unter anderem die Nutzungsquoten von Leistungsbaustein- und Gesundheitsbudgettarifen untersucht, ebenso wie Unterschiede zwischen verschiedenen Unternehmensgrößen. Zudem wurden spezifische Erkenntnisse zu Gesundheitsbudgets mit und ohne Sublimits sowie zu Trends bei Rechnungseingängen und zu bevorzugten Einreichungsformaten – digital vs. Papier – berücksichtigt.

Erfolgsfaktor Gesundheitsbudget

Aus der Studie geht hervor, warum eine arbeitgeberfinanzierte bKV – insbesondere mit Ge-

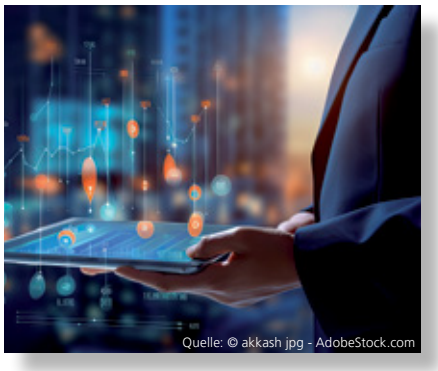
sundheitsbudgettarifen – in der Benefit-Landschaft so beliebt ist. Mittlerweile bieten mehr als 20 Versicherer das erfolgreiche Tarif-Konzept an. „Gesundheitsbudgettarife erreichen im Durchschnitt mehr als die Hälfte der Mitarbeitenden, unabhängig von der Unternehmensgröße“, erklärt Christian Till, Bereichsleiter Markets, Products & Investments, Funk Vorsorge. „Bemerkenswert ist, dass nicht nur mehr als jeder zweite Mitarbeitende von einem Gesundheitsbudgettarif profitiert, sondern auch die Nutzung dieser Tarife innerhalb der Belegschaft kontinuierlich zunimmt. Innerhalb der Gesundheitsbudgets sind dabei Erstattungen für Arznei- und Verbandmittel, Sehhilfen und Zahnprophylaxe besonders gefragt.“

Es zeigt sich, dass höhere Budgetstufen – wie etwa 900 € jährlich – eine höhere Nutzungsquote erzielen als niedrigere Budgets. „Die Analyse bestätigt, dass mit wachsendem Budget in der Regel auch die Anzahl der eingereichten Rechnungen steigt“, sagt Melina Kirste, Consultant Markets, Products & Investments, Funk Vorsorge.

Um stark steigende Beiträge zu vermeiden, empfehlen die Vorsorge-Experten und -Expertinnen von Funk, Gesundheitsbudgettarife mit Sublimits für kostenintensive und häufig genutzte Leistungen wie die Erstattung von Sehhilfen und Zahnprophylaxe einzuführen. „Gleichzeitig wird dadurch die Inanspruchnahme zusätzlicher Leistungen, wie etwa für Heilpraktiker und Vorsorgeangebote, unterstützt“, erklärt Melina Kirste.

Effizienz durch digitale Abwicklung

Ein weiterer Trend ist die zunehmende Nachhaltigkeit der bKV. „Mittlerweile werden neun von zehn Rechnungen von Mitarbeitenden digital per E-Mail oder App eingereicht“, sagt Christian


Quelle: © akkash jpg - AdobeStock.com

Till. „Aus Sicht der Mitarbeitenden sind deshalb beispielsweise eine effektive Gesundheits-App und eine zuverlässige Leistungsabwicklung unverzichtbar. Diese Anforderungen können jedoch nur von einem Teil der Versicherer vollumfänglich erfüllt werden.“ Um Aspekte wie Versicherungsleistungen, Assistance-Leistungen, Administration und Kommunikation sowie Reporting und Nachhaltigkeit detailliert zu berücksichtigen, sollten Unternehmensverantwortliche für die Implementierung und Betreuung der bKV erfahrene Makler- oder Beratungshäuser konsultieren. Autor: www.funk-gruppe.de

Revolution im Ruhestandsmarkt: Die KI-Fondspolice als Gamechanger für Vermittler

(wmd) Die Finanzdienstleistungsbranche erlebt einen Strukturwandel: Künstliche Intelligenz (KI) hält Einzug in die Produktwelt und verändert die Beratung nachhaltig.

Für Vermittler und Berater eröffnet die neue KI-Fondspolice der Deutschen Ruhestandsplanung eine Fülle von Möglichkeiten, die weit über klassische Altersvorsorgelösungen hinausgeht. Doch was macht dieses Produkt so besonders, und warum wird es als “Gamechanger” für die Beraterlandschaft gefeiert?

Die KI-Fondspolice verbindet Investment und Versicherung mit smarten Algorithmen. Sie basiert auf einem Fondsangebot, das durch KI rund um die Uhr aktiv gemanagt wird – emotionslos, datengetrieben und effizient. Künstliche Intelligenz analysiert kontinuierlich Kapitalmärkte, steuert Umschichtungen und schützt so vor Fehlentwicklungen. Für Vermittler bedeutet das: weniger Rechercheaufwand und mehr Zeit für den Kunden. Die Branche spricht von einer „Vermögensverwaltung, die 24/7 arbeitet“ – ein Versprechen für maximalen Komfort.

Der entscheidende Mehrwert für Berater liegt in der Automa-

tisierung von Routineprozessen. Während KI-Dienste im Hintergrund laufen, bleibt der Vermittler menschliches Bindeglied – die persönliche Beratung, das Verständnis für individuelle Lebenssituationen und die Begleitung bei wichtigen Entscheidungen sind unersetzbar. KI unterstützt durch Analyse, Digitalisierung der Dokumentation und effiziente Kundenkommunikation, entlastet bei der Vorbereitung von Gesprächen und hilft, komplexe Vertragsbedingungen verständlich aufzubereiten.

Die Fondspolice punktet nicht nur mit digitaler Vermögensverwaltung, sondern auch mit flexibler Gestaltung. Vermittler können individuelle Anlagepräferenzen berücksichtigen, Steueroptimierung im Rahmen der Altersvorsorge anbieten und innovative Konzepte wie die schrittweise Vermögensübertragung durch gezielte Schenkungslösungen realisieren. Insbesondere die steuerlichen Vorteile nach der 12/62-Regel machen die Fondspolice besonders attraktiv und setzen sie gegenüber klassischen Fondsanlagen ab.

Für viele Vermittler ist die KI-Fondspolice eine Antwort auf die steigenden Ansprüche selbstbestimmter, digitalaffiner Kundschaft. Die Deutsche Ruhestandsplanung präsentiert sich dabei als starker Partner: Sie verknüpft modernes KI-Management mit bewährten Beratungsmethoden und bietet eine fundierte Plattform für Altersvorsorge und Ruhestandsplanung.
Unterm Strich zeigt sich: Die KI-Fondspolice ist kein bloßer Hype, sondern ein nachhaltiges Tool im Portfolio des Vermittlers. Sie steigert Effizienz, verschafft Wettbewerbsvorteile und sichert die persönliche Rolle des Beraters in einer zunehmend technisierten Finanzwelt. Wer als Vermittler jetzt auf intelligente Ruhestandsprodukte setzt, positioniert sich nicht nur fachlich stark – sondern ist auch für die Herausforderungen der Zukunft bestens gerüstet.

Ob Goldene Zeiten im Ruhestand, flexible Vermögensübertragung oder steueroptimierte Altersvorsorge – die KI-Fondspolice ist der Schlüssel für eine neue Generation der unabhängigen Finanzberatung, https://www.deutsche-ruhestandsplanung-ki.de/
Autor: www.FinanzBusinessMagazin.de

Willis erwartet 2026 einen deutlich selektiveren Industrieversicherungsmarkt

Der Industrieversicherungsmarkt verändert sich: stabile Bedingungen, Fokus auf aktives Risikomanagement und Druck durch Naturgefahren sowie geopolitische Risiken verschieben die Karten. Die Karten am Industrieversicherungsmarkt werden neu gemischt. Stabile Marktverhältnisse, der klare Fokus auf ein aktives Risikomanagement und der nach wie vor bestehende Druck durch Naturgefahren- und komplexe geopolitische Risiken sorgen für eine Verschiebung: weg von preisorientierten Pauschalangeboten hin zu qualitativen, bedarfsorientierten Absicherungskonzepten – ein Ausblick auf den Industrieversicherungsmarkt 2026.

Markt zeigt ein gemischtes Bild

In vielen Segmenten fallen die Preise oder stagnieren zumindest. Auch wenn es noch kein Käufermarkt ist – die Phase der reinen Marktverhärtung ist vorbei. Allerdings gilt dies nicht uneingeschränkt für alle Sparten. Gerade in der Sach-, Haftpflicht- und Transportversicherung zeigt sich ein gemischtes Bild.

Insgesamt fordern Versicherer mehr Transparenz, präventive Maßnahmen und hohe Datenqualität. Die laufenden Renewals zeigen: Auch wenn Kapazitäten ausreichend vorhanden sind, hat das Thema „Risikoqualität" einen stärkeren Einfluss auf die Platzierung als bisher.

Versicherer fordern mehr Transparenz, präventive Maßnahmen und hohe Datenqualität. Die laufenden Renewals zeigen: Das Thema „Risikoqualität" hat einen stärkeren Einfluss auf die Platzierung als bisher.

Risikokompetenz wird belohnt

Für Unternehmen bedeutet das: Sie müssen der Entwicklung hin zu einer höheren Risikodifferenzierung gerecht werden und ihren Teil zu den Vertragsverhandlungen beitragen. Setzen sie auf ein datenbasiertes, präventives

Risikomanagement, eröffnen sich Spielräume für bessere Bedingungen und geringere Selbstbehalte. Gut geführte Risiken werden aktiv umworben und Risikokompetenz wird belohnt. Ein mangelndes Risikobewusstsein hingegen bepreisen die Versicherer teurer oder strafen Firmen mit einer eingeschränkten Deckung ab.


Quelle: © everythingpossible - AdobeStock.com

Das Renewal-Gespräch wird für Unternehmen insgesamt anspruchsvoller – durch den deutlich gestiegenen Einfluss der Risikoqualität auf die Platzierung, die zunehmenden Datenanforderungen und die komplexe Risikolandschaft.

Neues Rollenverständnis des Industriemaklers: Kunden versicherbar machen

Mit dieser Entwicklung wandelt sich auch die Rolle des Industriemaklers: Unternehmen sollten auf einen zukunftsorientierten Partner setzen, der sich nicht als reiner Prämienverhandler versteht, sondern als Risikoarchitekt, der seine Kunden dabei unterstützt, belastbare Risikodaten zu generieren, zu strukturieren und auf dieser Basis ein versicherungsfähiges Risikoprofil aufzubauen.

Die Rolle des Industriemaklers wandelt sich: Unternehmen sollten auf einen zukunftsorientierten Partner setzen, der sich nicht als reiner Prämienverhandler versteht, sondern als Risikoarchitekt.

Um Deckungskonzepte strategisch optimieren und alternative, innovative Deckungen neu erschließen zu können, kommt es auf professionell aufbereitete Schadenverläufe, Präventionsmaßnahmen und Risikoberichte sowie fundierte Analysen an. Gerade in einem selektiven Markt, wo klassische Lösungen an ihre Grenzen stoßen, können parametrische Modelle, Rückversicherungskonzepte, Captive-Konstrukte oder auch der Zugang zu internationalen Märkten eine geeignete Alternative sein.

Autor: www.willistowerswatson.com

Gleichgerichtete Interessen – warum der Markt für Nettoversicherungen weiter wächst

Anhaltend hohe regulatorische Anforderungen und ein anspruchsvolles Marktumfeld sorgen in der Finanz- und Versicherungsbranche für Herausforderungen. Gleichzeitig eröffnen sich Chancen, betont Jens Arndt, Vorstandsvorsitzender der myLife Lebensversicherung AG – insbesondere für unabhängige Finanzberater, die mit ihrer Expertise überzeugen, auf innovative Produktlösungen setzen und digitale Services nutzen.

Wir begrüßen jede Initiative, die das Vertrauen in die Altersvorsorge in Deutschland stärkt, wozu u.a. auch die aktuelle Value-for-Money- und Wohlverhaltens-Diskussion beitragen kann. Gemeinsam mit unserer Schwestergesellschaft HonorarKonzept treiben wir deshalb das Geschäft mit Nettoversicherungen und die Honorar-Finanzberatung voran.

Aus unserer Sicht lohnt es sich, die Interessen aller Marktteilnehmer zu berücksichtigen und eine Interessensgleichheit zu schaffen – zwischen Kunde, Finanzberater und Versicherer.

Genau deshalb setzen wir bei unseren Nettoprodukten auf maximale Flexibilität, geringe Kosten und höchste Transparenz. Denn der Kunde möchte in jedem Fall ein hohes Vertragsguthaben, welches ihm für die Absicherungs- oder Altersvorsorge-Zwecke zur Verfügung steht. Durch die Netto-Police, also durch den Verzicht auf einkalkulierte Ab-

schlussprovisionen, steht dadurch bei unseren Kunden von Beginn an mehr Geld für die Altersvorsorge und den Kapitalaufbau zur Verfügung, was in der Regel zu höheren Vertragswerten führt.

Die wesentlichen Produktkosten des Versicherers, also unsere Kosteneinnahmen, werden prozentual vom durchschnittlichen Vertragsguthaben erhoben. Gleiches gilt in der Regel für Honorare der Finanzberater, die ihre Vergütung direkt und individuell mit ihren Kunden vereinbaren. Aus diesem Grund haben Versicherer und Vermittler ebenfalls ein großes Interesse an hohen Vertragswerten und stellen alles zur Verfügung, was benötigt wird, diese zu erreichen (z.B. täglicher Fondswechsel, hohe Transparenz der Vertragswerte im Kunden- und Vermittlerportal etc.).

So entsteht Interessensgleichheit, da der Kunde ein hohes Vertragsguthaben anstrebt und dies auch in unserem und im Interesse des Finanzberaters ist.

Expertise, Nettopolicen und digitale Tools sind Trumpf

Um ein Honorar direkt gegenüber einem Kunden umzusetzen, bedarf es fachlicher Expertise. Unsere Versicherungsvermittler überzeugen mit einem ausgeprägten Investment-Knowhow sowie Lösungen für die Bereiche Ruhestandsplanung und wie man Vermögen im Rahmen einer Lebensversicherung vererben und verschenken kann. Im Vordergrund stehen hierbei auch Kenntnisse im Bereich der Kosten von Finanzprodukten.

Die Wahl fällt deshalb ganz bewusst auf Nettoversicherungen. Ohne vertriebliche Abschlusskosten bzw. Provisionen lässt sich eine sehr hohe Flexibilität innerhalb der Produkte darstellen.


Quelle: © Faiz - AdobeStock.com

Stornoabschläge oder Stornoreserven für einen etwaigen Kündigungsfall gibt es nicht.

Mit geringen Produktkosten und Steuerprivilegien ausgestattet, kann die Nettoversicherung so auch einem Investmentdepot Paroli bieten.

Digitale Tools für Kunden und Finanzberater sorgen für maximale Steuerung und Transparenz. Bei unseren versicherungsbasierten Investmentlösungen können Kunden und Berater beispielsweise rund um die Uhr auf tagesaktuelle Vertragsdaten zugreifen und Transaktionen wie Zuzahlungen, Auszahlungen oder Fondswechsel jederzeit digital beauftragen. So lassen sich unsere Produkte an die individuellen Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden anpassen – und nicht umgekehrt.

Hybride Geschäftsmodelle: Honorarberatung braucht kein „Entweder-Oder"

Der Einstieg in die Honorar-Finanzberatung kann schrittweise erfolgen. Denn Maklern stehen heute alle Optionen zur Verfügung, um sich ein langfristig erfolgreiches Geschäftsmodell aufzubauen.

Die regulatorischen Grundlagen erlauben ihnen, hybrid zu arbeiten. Sie müssen sich nicht auf Provisions- oder Honorarvertrieb festlegen – sondern entscheiden individuell mit ihren Kunden, welcher Weg für welches Produkt die beste Lösung ist und wählen gemeinsam aus.

Und wer als Berater den Schritt in die Honorarberatung geht, kann dabei auf professionelle Unterstützung zurückgreifen. Unsere Schwestergesellschaft Honorar-Konzept unterstützt Versicherungsmakler mit persönlichem Coaching und zahlreichen Weiterbildungsangeboten, sodass die eigene Finanzberatung mit Nettopolicen rechtskonform, kundenorientiert und für alle Seiten gewinnbringend gestaltet werden kann.

Marktausblick: Chancen nutzen, nicht beirren lassen

Wir sind überzeugt, dass der Markt der Nettoversicherungen und Honorare in den kommenden Jahren weiter wachsen wird – auch angesichts unserer positiven Unternehmensentwicklung.

Nach unserem erfolgreichsten Geschäftsjahr 2024 konnten wir zum Halbjahr 2025 bereits Prämieneinnahmen in Höhe von 272,3 Millionen Euro und ein Neugeschäft von rund 30,1 Millionen Euro APE vermelden. Bei den laufenden Beiträgen legten wir um ca. + 8,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu. Das Einmalbeitragsgeschäft steigerte sich mit ca. + 71,9 Prozent über dem Vorjahreswert. Die verwalteten Assets im Gesamtbestand legten ebenfalls zu und erreichten mit rund 2,89 Milliarden Euro einen neuen Höchststand.

Das zeigt: Vor uns liegt ein Marktpotential für Nettoversicherungen und Honorare, welches wir weiter erschließen wollen. Autor: Jens Arndt, Vorstandsvorsitzender der myLife Lebensversicherung AG, www.mylife-leben.de

Rendite und Sicherheit: Kombi-Strategie wird immer beliebter bei privater Altersvorsorge

Renditechancen oder Sicherheit – das ist oft die Frage in der privaten Altersvorsorge. Doch immer mehr Bundesbürger wollen sich hier gar nicht entscheiden: Sie wünschen sich beides auf einmal, wie eine aktuelle Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Civey im Auftrag des Lebensversicherers Canada Life zeigt. Besonders stark ist diese Haltung bei jungen Menschen von 18–29 Jahren ausgeprägt. Je nach Alter, beruflicher Stellung und Berufsbildung zeigen die Befragten ein unterschiedliches Bedürfnis nach Renditechancen und Sicherheit. Dies gilt auch für Investment-Themen wie etwa einer flexiblen Fondsauswahl und ETFs. Insgesamt wurden bei der Civey-Umfrage 2.500 Bundesbürger über 18 Jahren befragt, die nicht in Rente oder Pension sind.

Der Trend weg vom Sicherheitsdenken

Die Kombination aus Renditechancen und Sicherheit bevorzugt rund ein Drittel der Befragten (32,5 %). Eine deutliche Steigerung zu 2023 (22,8 %), als in einer Civey-Befragung die gleiche Frage gestellt worden war. Insgesamt liegt Sicherheit als Vorsorge-Strategie mit 46,4 % bei den Befragten zwar weiterhin vorne. Doch der Trend ist rückläufig: 2023 hatte der Sicherheitsaspekt noch bei 54,7 % der Umfrage-Teilnehmer Priorität. Der alleinige Fokus auf Rendite ist hingegen leicht gestiegen – von 12,3 auf 14,4 %.

Auch wenn man die Antworten nach Geschlecht und Alter betrachtet, zeigt sich eine Bewegung weg vom reinen Sicherheitsdenken. Frauen fallen zwar immer noch durch ihre Sicherheitsorientierung auf (53,5 %). Bei Männern sind es mit 40,6 % deutlich weniger, die allein Sicherheit bevorzugen würden. Doch bei beiden Geschlechtern ist die Tendenz fallend: 2023 waren es noch 59,5 % der Frauen und 50,9 % der Männer, die Sicherheit präferierten.

Rendite-Favorisierung in den 30ern

Das Thema Renditechancen steht vor allem bei jüngeren Menschen hoch im Kurs. Mit 23,3 % zeigen die 30–39-Jährigen die größte Präferenz für Renditechancen. Ab diesem Alter nimmt die Renditeorientierung ab. 2023 hatten noch die 18–29-Jährigen am stärksten auf Renditechancen gesetzt (23,8 %). Heute möchte die Gruppe der Jüngsten sich nicht entscheiden müssen: 42,4 % der 18–29-Jährigen würden die Kombination aus Sicherheit und Ertragschancen bevorzugen. Dies stellt eine sehr deutliche Steigerung im Vergleich zu 2023 (15,2 %) dar.

Die Civey-Umfrage untersuchte auch, welche Einzel-Aspekte den Menschen bei der privaten Altersvorsorge wichtig sind. Hier stand für die Befragten vor allem Sicherheit (59,4 %) im Fokus. Für 38,8 % zählte besonders, dass man die private Altersvorsorge an die


Quelle: © Thanapipat - AdobeStock.com

eigenen Lebensumstände anpassen kann. Darauf folgten Renditechancen (29,6 %), die optionale Wahl von ETFs (20,6 %) sowie die Möglichkeit, Schwankungen an den Aktienmärkten ausgleichen zu können (18,9 %). Mehrfachantworten waren möglich.

Was je nach Alter und beruflicher Stellung zählt

Je nach Alter fallen auch die Prioritäten unterschiedlich aus. So nimmt der Wunsch nach Sicherheit mit dem Alter tendenziell zu, der nach Ertragschancen hingegen eher ab. Beim Thema Renditechancen gibt es auch im Hinblick auf berufliche Bildung und Stellung unterschiedliche Präferenzen: Leitende Angestellte legen mit 41,8 % hierauf viel mehr Wert als Beamte, Angestellte oder Arbeiter. Und bei Akademikern findet das Thema mit 37,8% deutlich mehr Zuspruch als bei

Menschen, die eine Berufsausbildung haben, noch in der Ausbildung oder ohne Abschluss sind. ETFs sind bei Menschen von 30–39 besonders gefragt: Hier ist der Anteil mit 27,1 % deutlich höher als in den anderen Altersgruppen. Eine flexible Fondsauswahl ist den 30–39-Jährigen (19 %) wichtiger als anderen Altersgruppen.

„Wir erleben eine Fokus-Verschiebung beim Sparen: Die Menschen gehen weg vom reinen Sicherheitsdenken. Die Kombi aus Renditechancen und Sicherheit gewinnt, vor allem bei jüngeren Menschen, die besonders wirkungsvolle Werkzeuge für den Aufbau ihrer Altersvorsorge brauchen“, erklärt Dr. Igor Radović, Mitglied des Vorstands bei Canada Life. „Moderne Fondspolicen können hier Sparer in jeder Lebenslage unterstützen und die sich im Verlaufe des Lebens ändernden Bedürfnisse abdecken: In puncto Renditechancen und Sicherheit, aber auch beim Thema Flexibilität und ETFs.“
Autor: www.canadalife.de

Haftungsrisiken für Manager und Berater steigen

Das Pflichtenheft von Unternehmenslenkern wächst – und damit die Gefahr von Schadenersatzforderungen. Das spiegelt sich auch in steigenden Kosten der D&O-Versicherung wider. Geschäftsführer, Vorstände und Aufsichtsräte von Unternehmen sind nach Einschätzung der Versicherer wachsenden Haftungs- und Kostenrisiken ausgesetzt. „Wer unternehmerische Entscheidungen trifft, soll heute nicht nur ökonomisch richtig, sondern auch juristisch unangreifbar handeln. Das immer dichtere Netz aus Pflichten, Nachweislasten und formalen Anforderungen droht zum Hemmschuh für unternehmerisches Handeln zu werden“, sagt Anja Käfer-Rohrbach, stellvertretende Hauptgeschäftsführerin des GDV.

Das umfangreicher gewordene Pflichtenheft von Managern und das aktuell schwierige wirtschaftliche Umfeld schlägt sich auch in der D&O-Versicherung nieder. „Sowohl die Zahl als auch die Höhe der Schäden ist in den letzten drei Jahren deutlich gewachsen. Manager werden nicht nur öfter zur Kasse gebeten, sondern sollen auch höheren Schadenersatz zahlen“, so Käfer-Rohrbach. Von 2023 zu 2024 stieg die Zahl


Quelle: © ipopba - AdobeStock.com

der Fälle um knapp 12 Prozent auf 2.500. Jeder Schaden kostete die Versicherer im Schnitt mehr als 115.000 Euro, was eine Steigerung von fast 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutet.

Gezielte Suche nach Pflichtverletzungen

Zusätzlich zu verschärften Haftungsregeln und Änderungen in der Rechtsprechung machen Experten ein verändertes Anspruchsverhalten gegenüber Managern und ihren Beratern aus. „Um Schadenersatzansprüche durchsetzen zu können, suchen Insolvenzverwalter nach einer Unternehmenspleite gezielt nach vorwerfbaren Pflichtverletzungen bei der bisherigen Unternehmensleitung“, sagt Wolfram Desch, Fachanwalt für Insolvenzrecht und Co-Leiter des Fokusbereichs Versicherungen (D&O) bei der Wirtschaftskanzlei Graf von Westphalen. Daneben würden etwaige Fehler von Beratern in den Fokus rücken. „Auch Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Rechtsanwälte sehen sich zunehmend mit Forderungen nach Schadenersatz konfrontiert“, so Desch.

Klagefreudige Investoren und Kunden

Die Zahl und Komplexität rechtlicher Auseinandersetzungen steigt zudem dadurch, dass Investoren und Kunden in den vergangenen Jahren deutlich klagefreudiger geworden sind. „Massenklagen von Kunden, neue Möglichkeiten für Verbandsklagen und die aktuelle Rechtsprechung zum Schadenersatz nach Datenschutzverstößen führen zu einer Flut von Rechtsstreitigkeiten, die das Kostenrisiko von Unternehmen weiter erhö-

hen“, sagt Daniel Kreienkamp, Bereichsleiter Vermögensschadenhaftpflicht / Financial Lines der Ergo Versicherung AG. Seien die so entstehenden Schäden auf Pflichtverletzungen der Leitungsebene zurückzuführen, müssten Manager am Ende persönlich haften.

Umfassende Dokumentation hilft im Ernstfall

Um sich vor einer späteren Haftung zu schützen, empfehlen die Experten insbesondere, relevante Entscheidungs- und Abwägungsgründe nachvollziehbar zu dokumentieren. „Im unternehmerischen Alltag muss man in aller Regel unter Unsicherheit entscheiden. Im Streitfall sollten Manager aber in der Lage sein, ihre Entscheidungen vor Gericht gut begründen und mit Belegen untermauern zu können“, so Kreienkamp.
Autor: www.gdv.de

Drei von vier Befragten kennen keine Grundfähigkeitsversicherung

Noch immer besitzen zu wenige Erwerbstätige eine Berufsunfähigkeitsversicherung (BU), um sich finanziell gegen den Verlust der Arbeitskraft abzusichern. Und sinnvolle Alternativen wie die Grundfähigkeitsversicherung sind bei einem Großteil der Befragten noch völlig unbekannt. Qualitativ machen die Menschen bei der Arbeitskraftabsicherung keine Abstriche: So haben Leistungsversprechen und Qualität der Versicherer deutlich höhere Priorität als der Tarifpreis. Das sind die Ergebnisse der jüngsten AKS-Umfrage unter 2.055 Personen von YouGov im Auftrag von Swiss Life Deutschland.

29 % der befragten Erwerbstätigen besitzen eine Berufsunfähigkeitsversicherung.

Nur 3 % der Befragten haben eine Grundfähigkeitsversicherung abgeschlossen.

74 % der Befragten haben noch nie von einer Grundfähigkeitsversicherung gehört.

Nur 6 % wissen genau, was eine Grundfähigkeitsversicherung ist.

Die schnelle Regulierung im Leistungsfall (62 %) und eine hohe Anerkennung von Leistungsfällen (51 %) ist den Befragten wichtiger als eine günstige Prämie (41 %).

Es braucht nicht viel, um das Leben von einem Moment auf den anderen auf den Kopf zu stellen – sei es eine Krankheit, ein Unfall oder ein anderes unvorhergesehenes Ereignis. In solchen Momenten wird die Gefahr eines langfristigen Einkommensverlustes plötzlich sehr real, sobald man einer beruflichen Tätigkeit vorübergehend oder längerfristig nicht mehr wie gewohnt nachgehen kann. Dennoch glaubt eine große Mehrheit der Befragten (68 %), ihren Beruf bis zum Renteneintritt uneingeschränkt ausüben zu können. Nur ein Viertel der Befragten (26 %) ist skeptisch. „Das Ergebnis zeigt, wie stark das Risiko, berufsunfähig zu werden, immer noch unterschätzt wird und wie wichtig eine adäquate Absicherung ist. Schließlich wird rund jede vierte berufstätige Person mindestens einmal in ihrem Arbeitsleben berufsunfähig. Dabei können Produkte wie eine Berufsunfähigkeits- oder Grundfähigkeitsversicherung helfen, um beim tatsächlichen Eintreten solcher Risiken finanziell selbstbestimmt zu bleiben“, sagt Stefan Holzer, Mitglied des Vorstands von Swiss Life Deutschland und Leiter Market Management Versicherung.

Leistungsversprechen der Versicherer ausschlaggebend

Wie bereits im vergangenen Jahr 2024 bleiben eine schnelle Regulierung im Leistungsfall (62 %) und eine nachweislich hohe Anerkennung von Leistungsfällen (51 %) die weiterhin wichtigsten Faktoren bei der Auswahl einer passenden Versicherung. Erst dann folgen günstige Prämien (41 %), ein persönlicher Ansprechpartner im Leistungsfall (31 %) und ein erfahrenes Versicherungsunternehmen (28%) als weitere Faktoren. „Die Qualität eines Versicherers bleibt auch im zweiten Jahr unserer Befragung für die Menschen ein weitaus wichtigerer Faktor als die reine Produktkostenbetrachtung. Sie schätzen eine hohe Verlässlichkeit im Ernstfall und die persönliche Betreuung mit Recht als sehr bedeutend ein. Als Anbieterin von biometrischen Produktlösungen mit über 130 Jahren Kompetenz in der Berufsunfähigkeitsversicherung in Deutschland können wir da nur zustimmen“, sagt Holzer.

Grundfähigkeitsversicherung? Fast noch nie gehört!

Die Umfrageergebnisse rund um das Produkt Grundfähigkeitsversicherung lassen aufhorchen – denn nur wenige der Befragten können sich darunter etwas vorstellen.

So haben drei Viertel der Befragten noch nie von einer Grundfähigkeitsversicherung gehört (74 %) und nur 6 % wissen, was darunter genau zu verstehen ist. So verwundert es kaum, dass lediglich 3 % der Befragten überhaupt eine Grundfähigkeitsversicherung abgeschlossen haben.

Nach einer Erläuterung in der Umfrage, worum es sich bei der Grundfähigkeitsversicherung im Unterschied zu einer Berufsunfähigkeitsversicherung handelt, erachteten 36 % der Befragten sowohl die Berufs- als auch Grundfähigkeitsversicherungen für gleichermaßen sinnvoll. Bei der direkten Entscheidung zwischen beiden Produkten würden sogar 39 % der noch nicht versicherten Befragten eine Grundfähigkeitsversicherung abschließen, während 25 % eine Berufsunfähigkeitsversicherung wählen würden.

„Die Ergebnisse zeigen die Diskrepanz auf zwischen hoher Produktattraktivität und geringem Bewusstsein der Befragten für den konkreten Nutzen der Grundfähigkeitsabsicherung. Darin liegt eine Chance für unsere Branche, denn Vermittelnde haben mit der Grundfähigkeit eine sehr gute Alternative, um Menschen in die Absicherung zu bringen, für die eine BU schwer zugänglich ist. Gleichzeitig wächst aber auch die Verantwortung in der Beratung, um die Menschen für die Unterschiede beider Absicherungskonzepte zu sensibilisieren“, betont Holzer. „Schließlich hat die Grundfähigkeit ja einen völlig anderen Leistungsbegriff als eine BU. Sie ist für viele Menschen vor allem dann sinnvoll, wenn eine Berufsunfähigkeitsversicherung schlichtweg nicht ins Budget passt oder aufgrund der gesundheitlichen Verhältnisse nicht möglich ist. Unabhängig davon, für welche Tariflösung sie sich am Ende entscheiden – Hauptsache finanziell selbstbestimmt.“
Autor: www.swisslife.de

Mehr als die Hälfte der Deutschen hat eine Rentenlücke von über zehn Jahren

Eine Studie von Fidelity International (Fidelity) in Zusammenarbeit mit dem National Innovation Centre for Ageing (NICA) zeigt, dass zwei von fünf (42 %) Menschen ab 50 Jahren weltweit eine Rentenlücke von mindestens einem Jahrzehnt haben. Die neue Studie von Fidelity, The Longevity Revolution: Preparing for a New Reality, unterstreicht, dass Menschen sich anders auf ein längeres Leben vorbereiten müssen. Basierend auf einer globalen Untersuchung in 13 Märkten und detaillierten Befragungen von über 11.800 Teilnehmern ab 50 Jahren legt der Bericht die wachsende Kluft zwischen steigender Lebenserwartung und finanzieller Vorsorge offen.

Ermittelt wurde die Zehnjahreslücke durch den Vergleich der Lebenserwartung im jeweiligen Land mit der Erwartung der Befragten, wie lange ihre Altersvorsorge reicht. Weltweit planen 42 % um mindestens zehn Jahre zu kurz; in Deutschland sind es sogar mehr als die Hälfte (54 %). Mit der weiter steigenden Lebenserwartung wächst diese Herausforderung. Bis 2050 werden weltweit voraussichtlich 3,67 Millionen Menschen das Alter von 100 Jahren erreichen. Betrachtet man eine potenzielle Lebensspanne von 100 Jahren, haben fast vier von fünf Menschen ab 50 Jahren (81 %) eine Lücke von mehr als einem Jahrzehnt – mit deutlichen Unterschieden je nach Land. In Deutschland steigt dieser Wert sogar auf fast neun von zehn (87 %), die nicht ausreichend vorbereitet sind.

Susanna Wooders, Country Head Germany bei Fidelity International, kommentiert: „Die Menschen leben heute länger als je zuvor. Viele bereiten sich aber immer noch auf einen Ruhestand vor, wie ihn ihre Eltern und Großeltern erlebt haben. Die Diskrepanz zwischen Lebenserwartung und Sparhorizont birgt das Risiko, dass viele schlecht vorbereitet sind. Mit der richtigen Planung kann ein längeres sorgenfreies Leben Realität werden – aber dafür braucht es ein neues Denken und frühzeitiges Handeln.“

Optimismus bleibt bestehen, auch wenn die Planung hinterherhinkt

Trotz der mangelnden Vorbereitung zeigt die Fidelity-Studie auch einen gewissen Optimismus

hinsichtlich des Ruhestands. Zwei von drei (68 %) Rentnern beschreiben ihre Einstellung diesbezüglich als positiv, verglichen mit etwas mehr als der Hälfte (56 %) der Noch-nicht-Rentner. Das deutet darauf hin, dass die Zuversicht oft wächst, sobald Menschen in den Ruhestand eintreten. In Deutschland beschreiben 60 % der Rentner ihre Einstellung als positiv, verglichen mit nur 54 % der Noch-nicht-Rentner. Dieser Optimismus spiegelt sich auch in den sich wandelnden Einstellungen zu Arbeit und Alter wider. Sieben von zehn der Befragten (70 %) erwartet, länger zu arbeiten – vor allem, um geistig und körperlich aktiv zu bleiben (38 %) und weniger aus finanzieller Notwendigkeit (26 %).

Auf vier Säulen für ein langes Leben vorbereiten

Finanzielle Stabilität, körperliche Gesundheit, emotionales Wohlbefinden und soziale Kontakte sind entscheidend, um sich auf ein zufriedenes, langes Leben vorzubereiten. Unsere Studie zeigt, dass diejenigen, die Schritte zur Planung des Ruhestands unternommen haben – etwa durch die Erstellung eines Budgets oder die Identifizierung potenzieller Einkommensquellen – sich in allen genannten Bereichen deutlich besser auf das Leben nach der Arbeit vorbereitet fühlen. Dies unterstreicht, dass Vorbereitung nicht nur die Grundlage für langfristige finanzielle Sicherheit bildet, sondern auch für die Erhaltung wichtiger Faktoren des ganzheitlichen Wohlbefindens im späteren Leben.

Susanna Wooders ergänzt: „Wenn die Finanzen gesichert sind, können Menschen in ihre Gesundheit investieren, soziale Kontakte pflegen und dem Ruhestand mit Zuversicht begegnen. Sind sie es nicht, ist das gesamte Gefüge im Ungleichgewicht."

Die entscheidenden Erfolgsfaktoren für ein längeres Leben

Der Bericht nennt fünf entscheidende Erfolgsfaktoren, um einen Fahrplan für ein erfülltes Leben im Ruhestand aufzustellen:

Finanzielle Sorgen frühzeitig angehen – Wer sich frühzeitig finanziell weiterbildet und beraten lässt, reduziert Stress und Unsicherheit.
Innovation in Technologie fördern – Digitale Plattformen, KI-gestützte Tools und personalisierte Beratung schließen Lücken in der Finanzkompetenz und ermöglichen eine effektivere Planung.
Gesundheit und Pflege priorisieren – Die frühzeitige Planung von Gesundheit und Pflege ist entscheidend. Wer rechtzeitig für beides vorsorgt, beseitigt große Unsicherheiten, unterstützt seine Selbstständigkeit und verbessert die Lebensqualität.
Vertrauen in öffentliche Systeme und Institutionen stärken – Transparente Kommunikation, verlässliche Produkte und konsistente politische Rahmenbedingungen sind unerlässlich, um Vertrauen in die Rentensysteme zu schaffen.
Ganzheitliches Wohlbefinden unterstützen – Rechtzeitige Maßnahmen in allen vier Säulen – finanziell, körperlich, emotional und sozial – sorgen dafür, dass kein Aspekt des dieses ganzheitlichen Wohlbefindens vernachlässigt wird und Menschen ein längeres, gesünderes und stärker vernetztes Leben genießen können.
Susanna Wooders fasst zusammen: „Ein längeres Leben sollte etwas sein, worauf man sich freuen kann – nichts, was Angst macht. Wir können die Voraussetzungen dafür schaffen, dass Menschen länger und erfüllter im Ruhestand leben. Organisationen und politische Entscheidungsträger, die dieses Thema klug angehen, unterstützen nicht nur Einzelne dabei, Sicherheit und Sinn zu finden, sondern schaffen auch eine Gesellschaft, die wohlhabender, gesünder und stärker ist als je zuvor."
Autor: www.fidelity.de



Quelle: © ronstik - AdobeStock.com

IVFP Studie: Alternative Investments im Versicherungsmantel – Markt nimmt Fahrt auf

Das IVFP veröffentlicht einen konsolidierten Marktüberblick zu Versicherungslösungen mit Bausteinen aus Alternativen Investments. Darunter versteht man Anlageformen jenseits klassischer Aktien und Anleihen wie etwa Private Equity, Private Debt, Immobilien oder Infrastrukturprojekte, die meist illiquide und langfristig gebunden sind und darüber hinaus häufig einen wertvollen Diversifikationseffekt bieten. Rückenwind erhält das Thema durch ELTIF 2.0: Der modernisierte Rahmen präzisiert Zugang, Liquiditätsmanagement, Rückgaben, Bewertung und Kostenoffenlegung und macht ELTIF-basierte Lösungen breiter nutzbar. „Mit ELTIF 2.0 ist das Thema Alternative Investments in aller Munde“, stellt Dr. Andreas Kick, IVFP-Geschäftsführer, fest.



Quelle: © Kanurism - AdobeStock.com

Deutsche Versicherer gelten als Vorreiter bei Investitionen in Alternative Investments: Seit vielen Jahren bauen sie entsprechende Kapitalanlagen im Sicherungsvermögen auf und verfügen über gewachsene Expertise in diesem Segment. In den vergangenen Jahren hat die Bedeutung weiter zugenommen. Parallel dazu hat die Branche produktseitig nachgelegt: Lösungen sind bei die Bayerische, Allianz, Generali, Swiss Life und Württembergische verfügbar. Die Produkte unterscheiden sich jedoch deutlich in Struktur und Strategie und sind damit kaum direkt vergleichbar – für nahezu jede Zielgruppe existieren passende Ausprägungen.

„Der langfristige Charakter Alternativer Investments passt ideal zum Wesen der Altersvorsorge“, so Kick.

Die größte Herausforderung bleibt die (sehr) eingeschränkte Liquidität: Sie limitiert die Flexibilität – insbesondere bei Auszahlungen, etwa Entnahmen, Kündigungen oder im Todesfall. Der notwendige Spagat zwischen möglichst hoher Flexibilität und strukturell geringer Liquidität zählt zu den zentralen Aufgaben für Versicherer. Auch die Kostenstrukturen können komplex sein, da Gebühren auf mehreren Ebenen anfallen. „Entscheidend ist vollständige Produkttransparenz, gerade auch über alle anfallenden Kosten – vom Produkt bis zu Zielfonds, Dachfonds und möglichen Performance-Gebühren“, betont Kick.

Richtig eingebunden, können Alternative Investments im Versicherungsmantel die Vorsorge sinnvoll ergänzen, Erträge stabilisieren und Schwankungen dämpfen. „Alternative Investments sollten stets nur ein Baustein der gesamten Vorsorgestrategie sein – in einem diversifizierten Mix aus Aktien, Anleihen und Alternatives“, resümiert Kick.

Obwohl die Auswahl noch begrenzt ist, adressieren die vorhandenen Policen bereits eine breite Zielgruppe. Mit wachsender Erfahrung und stärkerer Standardisierung dürften weitere Anbieter folgen und die Lösungen kosteneffizienter werden; gelingt zugleich ein verlässliches Liquiditätsmanagement und die Aktivierung des Vertriebs, hat die Anlageklasse das Potenzial, sich als fester Baustein moderner Altersvorsorge zu etablieren.

Autor: www.ivfp.de

Lebensversicherung unter Druck:

"Wenn die Neo-Broker in die Altersvorsorge kommen, fressen sie uns auf."

Beim zweiten Life Insurance Innovation Circle von BearingPoint, HBA-Consulting, myPension, ODDO BHF und Vanguard wurde im Klartext über die Zukunft der Altersvorsorge gesprochen und wichtige Impulse für Reformen und Innovationen in der Lebensversicherung gegeben. Referenten aus Forschung und Wirtschaft sowie Verbandsvertreter setzten hochwertige Akzente.

Damit Lebensversicherer nicht weiter an Marktpräsenz einbüßen, ist ein radikales Umdenken ihrer Geschäftsmodelle erforderlich. Denn seit Jahren stagnieren die Neugeschäftszahlen und auch der Bestand an Kunden schmilzt, demographisch bedingt, immer stärker ab. Durch ausbleibende Produktinnovationen und die viel zu zaghaft angegangene digitale Transformation des eigenen Geschäftsmodells wird der Abstand zu neuen Mitbewerbern um Altersvorsorgekunden immer größer. Zur Einordnung: Trade Republic, der größte Neo-Broker Deutschlands, konnte im Jahr 2024 ca. 2,8 Mio. Neukunden hinzugewinnen. Und somit mehr als die gesamte Versicherungsbrache, die es im Jahr 2024 insgesamt auf lediglich 2,4 Mio. Neukunden schaffte. Um diese Entwicklung zu stoppen, sind umfassende Veränderungen in den Bereichen Vertrieb, Produktgestaltung und IT-Infrastruktur notwendig.

Beim zweiten Life Insurance Innovation Circle von BearingPoint, HBA-Consulting, myPension, ODDO BHF und Vanguard nahmen die Teilnehmer auf dem Podium kein Blatt vor den Mund – sie sprachen mit ungeschönter Analyse über den Reformstau in der Altersvorsorge, die zukünftige Rolle der Lebensversicherer und über die Unterschiede in den regulatorischen Rahmenbedingungen.

Verschärfter Wettbewerb

Um möglichst unterschiedliche Perspektiven in die Diskussion einzubringen, wurde das hochkarätig besetzte Panel bewusst aus verschiedenen Bereichen der Branche zusammengestellt. Thomas Soltau, CEO von Smartbroker+, sprach als Vertreter der neuen "Challenger" in einem Impulsvortrag und hob die Vorteile der Neo-Broker gegenüber Lebensversicherungslösungen hervor: kostengünstiger, transparenter, renditestark – und vor allem digital überlegen. Moritz Schumann, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft, betonte hingegen, dass modernere Rentenversicherungen mit geringerer Garantie vielen konservativen deutschen Sparern überhaupt erst den Weg in kapitalmarktorientierte Altersvorsorgelösungen ebnen würden. Georg Kornmayer, Geschäftsführer des Maklerpools Fondsnet, bestätigte, dass ein Großteil der Lebensversicherungsbranche auf den verschärften Wettbewerb nicht vorbereitet sei und massiv an Marktanteilen zu verlieren drohe, wenn Neo-Brokern und anderen Wettbewerbern der Zugang zur Altersvorsorge geöffnet werde. Stefan Weinert, Global Head of Insurance bei der Deutschen Bank, betonte, dass Beratungsangebote auch zukünftig im komplexen Markt für Altersvorsorgelösungen eine wichtige Rolle spielen und es generell darum gehe, mehr Menschen für die Altersvorsorge zu gewinnen.

"Frühstart-Rente" – ein Ablenkungsmanöver?

Beim Thema "Frühstart-Rente" war sich die Runde schnell einig: Diese dürfe nicht als losgelöste Produktlösung eingeführt werden. Viel wichtiger sei es, so schnell wie möglich eine Reform der Riester-Rente umzusetzen, um der "mittleren" Generation der heute 30- bis 50-Jährigen eine geförderte und sinnvolle Vorsorge zu ermöglichen. Cvetelina Todorova, Leiterin Altersvorsorgepolitik beim BVI, warnte, dass die Frühstart-Rente nicht zu einem Ablenkungsmanöver werden darf, um den Druck von der Politik zu nehmen, eine echte Altersvorsorge-Reform für den Großteil der Bevölkerung auf den Weg zu bringen.

Wie viel Verbesserungsbedarf und gleichzeitig Wachstumspotential im Geschäftsmodell Lebensversicherung noch steckt, zeigte sich in den folgenden Vorträgen branchenbekannter Experten.

Massive Herausforderungen in Vertrieb und Produktentwicklung

Dr. Reiner Will stellte die aktuelle Wiederanlagestudie der Assekurata vor. Durchschnittlich rund 135 Mio. Euro an Kundengeldern werden jeden Tag von Lebensversicherern ausgezahlt. Damit verlieren Versicherer jährlich mehr Kundengelder, als sie über Einmalanlagen gewinnen. Auch in der Rentenphase mangelt es seit Jahren an Innovationen und leistungsfähigen Produkten, wie Frank Genheimer von New Insurance Business und Alberto del Pozo von myPension aufzeigten. Beide warnten: Auch hier werden Fondsgesellschaften, digitale Vermögensverwalter und Neo-Broker demnächst mit neuen, intelligenten Auszahlplänen den Konkurrenzdruck massiv erhöhen.

Sascha Ahmadi von HBA-Consulting AG skizzierte die notwendige nächste Entwicklungsstufe der klassischen Produkte, um den Kundenanforderungen für eine bezahlbare Altersvorsorge gerecht zu werden. Einen wesentlichen Produktbestandsteil beleuchtete Prof. Dr. Alexander Kling vom ifa Ulm und gab tiefe Einblicke in die Funktionsweisen von unterschiedlichen Glättungsverfahren, die den direkten Einfluss von Kapitalmarktschwankungen (aktienorientierter Produkte) auf die Kunden abmildern sollen.

Julian Hosse von Vanguard präsentierte die 24. Auflage der Studie "How America Saves" und zeigte auf, was vom US-Markt gelernt werden kann und welche Rolle Modellportfolios dabei spielen.

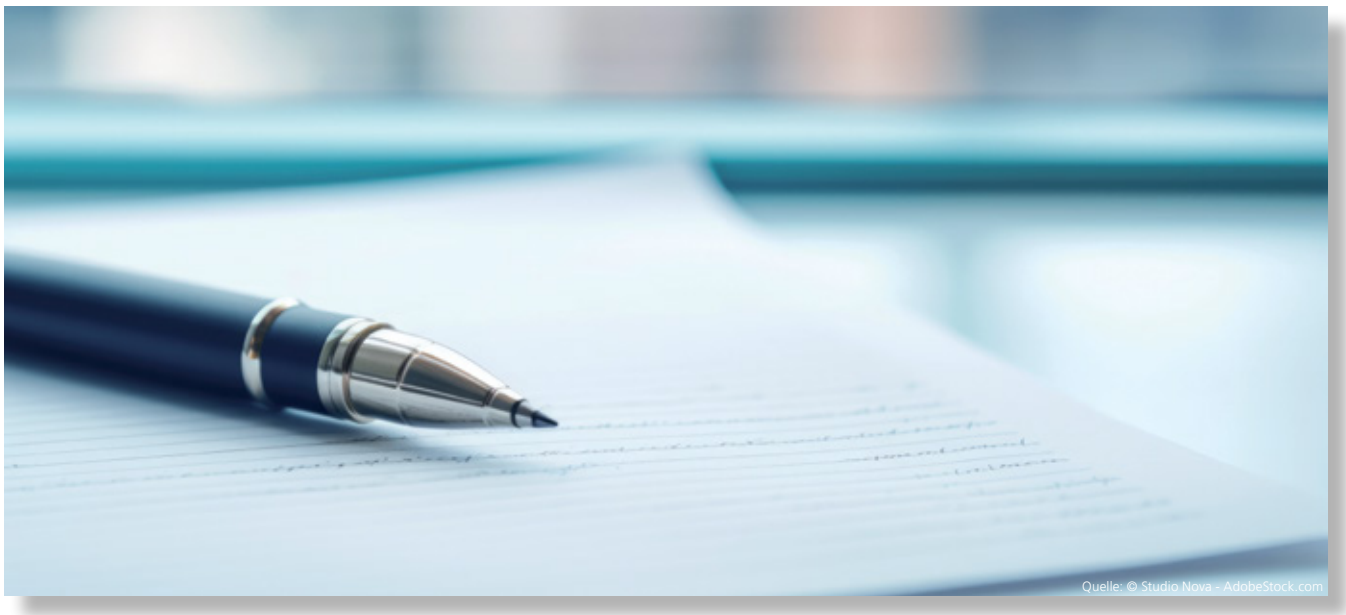
Effizienzsteigerungen durch neue Technologien

Eine Lösung für die vielen Herausforderungen der Lebensversicherer könnte im intelligenten Einsatz neuer Technologien und Innovationen liegen. Prof. Dr. Andreas Hackethal stellte die an der Frankfurter Goethe-Universität entwickelte Seasn-App vor und ermutigte die anwesenden Versicherer, die Generation Z (und andere) künftig gezielter durch passende Finanzplanungstools anzusprechen, die mithilfe künstlicher Intelligenz immer präziser werden.

Maxim Pertl präsentierte die cloud-native Front-to-Back-Investment-Management-Plattform von Clearwater Analytics, die speziell auf das moderne FLV-Geschäft ausgerichtet ist und wesentliche Funktionalitäten KI-gestützt optimiert. Ralf Reisinger von BearingPoint gab einen Einblick in den aktuellen Stand der "Kaleidoscope-Studie Leben" hinsichtlich Status und Herausforderungen der Branche bei der Transformation der Kernversicherungssysteme. Georg Knümann von BearingPoint zeigte, wie rasant die Entwicklung von KI voranschreitet und dass zukünftig Software per Sprache schnell, einfach und weitestgehend ohne Programmierer durch den Einsatz von GenAI generiert werden kann und dadurch signifikante Einsparungspotenziale erzeugt werden.

Die Zukunft der Lebensversicherung

Am Ende des Tages wurde allen Anwesenden bewusst: Die Lebensversicherung hat eine Zukunft. Aber nur wenn sie sich jetzt unmittelbar in einen kompromisslosen und tiefgreifenden Transformationsprozess begibt, der sowohl den Vertrieb, die Produkte als auch die bestehende IT-Infrastruktur umfasst. Andernfalls wird die neue Konkurrenz die Lebensversicherungsbranche "auffressen".
Autor: www.bearingpoint.com


Quelle: © Studio Nova - AdobeStock.com

Studie zeigt:

Millennials und Gen Z verzichten zunehmend auf Lebensversicherungen

Deutsche Verbraucher unter 40 Jahren lehnen traditionelle Lebensversicherungen ab, wegen mangelnder Unterstützung in ihrer aktuellen Lebensphase (45 Prozent), hoher Prämienkosten (29 Prozent) und dem Mangel unmittelbarer Vorteile (19 Prozent).

Die Mehrheit bevorzugt stattdessen Leistungen, die bereits zu Lebzeiten greifen, etwa finanzielle Unterstützung in Notfällen, Prämien für gesundheitsbewusstes Verhalten oder eine Kostenübernahme bei Fruchtbarkeitsbehandlungen.

Der gemeinsam vom Capgemini Research Institute und LIMRA erstellte World Life Insurance Report 2026 zeigt, dass 68 Prozent der unter 40-Jährigen eine Lebensversicherung als entscheidend für eine sichere, finanzielle Zukunft betrachten. Allerdings passen die aktuellen Angebote nicht zu ihren finanziellen Prioritäten, weshalb solche Versicherungen selten abgeschlossen werden. Die Studie stellt fest, dass junge Verbraucher einen kurzfristigen Mehrwert durch leicht zugängliche Leistungen erwarten, die in einer traditionellen Lebensversicherungspolice oft nicht enthalten sind. Obwohl einige Versicherer diese Vorteile bieten, lehnt jeder vierte Verbraucher Lebensversicherungen ab, wegen komplizierter Prozesse und Fachsprache, die Verständnis und die Nutzung der Policen erschweren.

"Millennials und die Generation Z genießen lieber erstmal ihr Leben und bauen erst einmal eigenes Vermögen auf, Heirat und Elternschaft kommen, wenn, dann erst später. Finanzielle Absicherung funktioniert für sie daher anders, auf die klassische Lebensversicherung verzichten sie gleich ganz. Die Branche kann sich nicht länger ausschließlich auf den klassischen Todesfallschutz verlassen oder eine politische Antwort auf die Altersvorsorge abwarten, um ihre Zukunft zu sichern. Versicherer müssen ihren Mehrwert vielmehr durch zu Lebzeiten abrufbare Leistungen unter Beweis stellen.",so Klaus Thummert, Senior Director im Bereich Insurance bei Capgemini Invent in Deutschland. "Lebensversicherer können diese Lücke schließen mit innovativen Produkten, Mehrwerten und Kommunikation, die auch die Versicherungsnehmer von morgen erreicht. Für diese Mehrwerte müssen Versicherer bereit sein, neue Geschäftszweige aufbauen, in denen sie mit Unternehmen außerhalb der Versicherungswirtschaft konkurrieren."

Eine Branche im Wandel: Relevanz für die nächste Generation von Versicherungsnehmern entscheidend

Die Lebensversicherungsbranche steht vor einer zentralen Herausforderung, da die nächste Generation ihrer Kunden Lebensmeilensteine neu definiert. Die gemeinsame Studie von Capgemini und Limra zeigt, dass Verbraucher unter 40 Jahren heute die traditionellen Faktoren für den Abschluss einer Lebensversicherung hinauszögern oder ganz überspringen: 64 Prozent der deutschen Befragten haben keine unmittelbaren Heiratspläne und 84 Prozent der Singles und Verheirateten haben derzeitig keinen Kinderwunsch.

Die Studie, für die über 6.100 Personen im Alter von 18 bis 39 Jahren in 18 Märkten befragt wurden, zeigt einen bemerkenswerten Widerspruch auf: In den kommenden 15 bis 20 Jahren steht eine massive Vermögensübertragung bevor. Während Millennials und die Generation Z weltweit durchschnittlich 106.000 US-Dollar Erbschaft pro Person erhalten, bleiben Lebensversicherungen ein zentraler Baustein für die Verwendung dieser Mittel – 40 Prozent der unter 40-Jährigen sehen Lebensversicherungen und Rentenprodukte als drittwichtigste Säule ihrer Investmentstrategie für die Erbschaft direkt nach Aktien und Bargeldreserven.

Neuausrichtung des Lebensversicherungsangebots für die unter 40-Jährigen

Lebensversicherer erkennen zunehmend, dass sich die Bedürfnisse und Erwartungen der unter 40-Jährigen deutlich von denen älterer Kundengruppen unterscheiden. Führungskräfte aus der Branche nennen für Deutschland Faktoren wie eine alternde Bevölkerung und steigende Lebenserwartung (40 Prozent), verzögerte

Lebensmeilensteine (40 Prozent) sowie anhaltende wirtschaftliche Unsicherheit (60 Prozent) als zentrale Treiber ihrer langfristigen Strategien.

Dennoch bleibt die Wahrnehmung von Lebensversicherungen eine Herausforderung für Anbieter. Auf die Frage nach Hürden beim Abschluss einer Police nennen jüngere deutsche Verbraucher vor allem, dass sie nicht zur aktuellen Lebensphase passen (45 Prozent), hohe Prämienkosten (29 Prozent) und das Fehlen unmittelbarer Vorteile (19 Prozent). Stattdessen fordern diese jungen Erwachsenen einen einfachen Zugang zu "Living Benefits", also Leistungen, die sie aktiv auf ihrem Lebensweg begleiten – von Belohnungen für gesundheitsbewusstes Verhalten bis hin zur Kostenübernahme bei Fruchtbarkeitsbehandlungen.

"Versicherer brauchen eine neue Strategie, um Lebensversicherungen für jüngere Generationen erfolgreich zu vermarkten", erklärt Bryan Hodgens, Senior Vice President und Leiter der LIMRA-Forschung. "Unsere gemeinsame Studie verdeutlicht, dass falsche Preisvorstellungen sowie konkurrierende finanzielle Prioritäten Lebensversicherungen für junge Erwachsene unattraktiv machen. Versicherer müssen deshalb nicht nur ihre Produkte als bezahlbar und leicht zugänglich positionieren, sondern so weiterentwickeln, dass sie sowohl die heutigen Bedürfnisse abbilden, als auch langfristig mit den finanziellen Zielen der Kunden mitwachsen."

Technologische Fähigkeiten sind entscheidend für die unter 40-Jährigen

Um die von jüngeren Verbrauchern geforderten "Living Benefits" und nahtlosen Erlebnisse zu bieten, bedarf es ein erweitertes Leistungsversprechen, innovative Vertriebskanäle und eine umfassende technologische Transformation. Laut der Studie wünschen sich global 59 Prozent der unter 40-Jährigen eine direkte digitale Interaktion, doch nur 31 Prozent der befragten Versicherer verfügen über entsprechende Plattformen. Noch gravierender ist der Rückstand bei fortschrittlichen Technologien: 77 Prozent der Verbraucher erwarten datenbasierte Empfehlungen, aber nur 16 Prozent der Versicherer können diese im großen Maßstab bereitstellen – hauptsächlich aufgrund veralteter IT-Systeme.
Um diese Lücke zu schließen und die nächste Generation als Kunden zu gewinnen, empfiehlt die Studie drei zentrale Transformationssäulen:

– Innovative Produkte gestalten: Flexible Lösungen entwickeln, bei denen Leistungen zu Lebzeiten im Mittelpunkt stehen; die Risikoprüfung vereinfachen und durch spielerische Elemente die Kundenbindung fördern, um über alle Lebensphasen hinweg Mehrwert zu schaffen.

– Berater stärken: Vermittler mit KI-gestützten Tools und Kundenanalysen für personalisierte Beratung ausstatten sowie hybride Vergütungsmodelle modernisieren, um die nächste Generation von Beratern zu gewinnen.

– Strategische Ökosystempartnerschaften schließen: Lebensversicherungen über Kooperationen mit Finanzinstituten, Gesundheitsdienstleistern und HR-Plattformen nahtlos in den Alltag integrieren, um zeitgerechten und kontextbezogenen Mehrwert zu liefern.
Autor: www.capgemini.com/de-de


Quelle: © DisobeyArt - Adobestock.com

Fast jede zweite Frau fühlt sich fürs Alter nicht gut abgesichert

Die berufstätige Mutter steht am Morgen zwischen Schulbrotbox und Laptop, jongliert Termine – und hat selten Zeit, an ihre finanzielle Zukunft zu denken. Doch was bleibt im Alter übrig? Eine aktuelle Studie zeigt: Fast die Hälfte der Frauen (44 Prozent) geben an, nicht ausreichend für den Ruhestand vorgesorgt zu haben.

Zugleich liegt es in ihrer Hand, denn die Mehrheit der Frauen verantwortet selbst ihre Altersvorsorge. Drei von vier befragten Frauen (76 Prozent) kümmern sich eigenständig um ihre finanzielle Absicherung im Alter. Dies belegt eine repräsentative Umfrage unter 2.500 Bundesbürger*innen, die die DEVK beim Marktforschungsinstitut Civey in Auftrag gegeben hat.

Eigenverantwortung ja, finanzielle Sicherheit nein

"Selbst ist die Frau, aber die Lücke ist groß", sagt Katharina Hoge, stellvertretende Leiterin der Abteilung Produktmanagement Leben. "Viele Frauen übernehmen Verantwortung für ihre finanzielle Zukunft, doch strukturelle Hürden und fehlende passende Angebote erschweren den Weg zur Altersvorsorge."

Was sich "Frau" von der Vorsorgelösung wünscht? Für die Hälfte der Frauen (49 Prozent) ist eine hohe Garantie und Sicherheit entscheidend, 41 Prozent legen besonderen Wert auf niedrige Kosten. Flexibilität, etwa durch variable Einzahlungsmöglichkeiten und Beitragspausen, ist für jede vierte Frau (25 Prozent) relevant. Männer gewichten im Vergleich höhere Renditechancen stärker (27 Prozent).

Erwerbsbiografien hinterlassen Lücken

Die Studie benennt auch die Ursachen, warum Frauen im Alter häufig schlechter dastehen: Teilzeitarbeit (63 Prozent), geringes Einkommen (61 Prozent), Phasen ohne Berufstätigkeit (56 Prozent) und Kindererziehung (53 Prozent) führen oft zu geringeren Rentenansprüchen. Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat aktuell die Rentenansprüche berechnet: 2023 lag der durchschnittliche monatliche Rentenzahlbetrag für Frauen in Deutschland bei 936 Euro, für Männer bei 1.427 Euro. Ein gutes Leben im Alter lässt sich damit für viele Frauen kaum finanzieren. Daher erfordern die Lebensrealitäten von Frauen Vorsorgeprodukte, die ihre individuellen Biografien begleiten.

Altersvorsorge, die mit dem Leben mitwächst

Die DEVK stärkt aktuell ihre Position im Lebensversicherungsgeschäft mit einer neuen fondsgebundenen Rentenversicherung – maßgeschneidert für moderne Erwerbsbiografien, besonders von Frauen. Was die Lösung auszeichnet: Das Garantieniveau lässt sich flexibel wählen – von null bis nahezu 100 Prozent, je nach Risikoneigung und Lebenssituation.

Zudem können moderne ETF-basierte Anlagestrategien einbezogen werden, die das Guthaben breit streuen und das Risiko reduzieren. Weiterer Pluspunkt: ETFs sind günstiger als aktiv gemanagte Fonds. Genau diese Kombination aus erhöhter Sicherheit und fairen Kosten wünschen sich Frauen laut aktueller Umfrage. Gleichzeitig müssen sie dabei nicht auf die Chancen des Kapitalmarktes verzichten.

Frühzeitige Vorsorge stärkt Selbstvertrauen

Auch die wechselnden Lebensphasen berücksichtigt die DEVK-Lösung: Flexible Beitragsanpassungen, Zuzahlungen oder Kapitalentnahmen ab 500 Euro sind jederzeit möglich. "So bleibt die Vorsorge bei Familiengründung, Sabbatical oder Jobwechsel immer planbar – wie gemacht für die Frau von heute," betont Vorsorgeexpertin Hoge. "Eine frühzeitige und flexible Vorsorge ermöglicht finanzielle Unabhängigkeit und stärkt das Selbstvertrauen von Frauen in jeder Lebensphase." Denn am Ende geht es darum, nicht nur den Alltag zwischen Schulbrot und Laptop zu meistern, sondern auch sorgenfrei und selbstsicher in die Zukunft zu blicken.

Autor: www.devk.de

HDI Rentner-Studie:

Mehr als die Hälfte der Ruheständler fürchtet Armut – erhebliche Vorsorgelücken vor allem bei Mietern

Die Mehrheit der Rentner hat Sorge davor, in die Altersarmut zu fallen. Das zeigt die diesjährige repräsentative HDI Rentner-Studie, die YouGov unter Rentnerinnen und Rentnern zwischen 63 und 70 Jahren in Deutschland durchgeführt hat. Mehr als die Hälfte der Befragten (57 Prozent) haben zumindest teilweise große Angst vor Altersarmut. Knapp ein Drittel (32 Prozent) stimmt dem voll und ganz oder eher zu; weitere 25 Prozent teilweise. Besonders dramatisch ist dieser Wert bei denjenigen, die ausschließlich auf die gesetzliche Rente gesetzt haben: Hier steigt die Sorge vor Altersarmut auf zwei Drittel (66 Prozent: 39 Prozent stimmen voll oder eher zu und 27 Prozent teilweise). Damit liegt der Wert deutlich über dem Durchschnitt.

Wer sich auch privat abgesichert hat, fühlt sich im Ruhestand deutlich sicherer: Hier liegt der Anteil derjenigen, die sich vor Altersarmut fürchten, bei 36 Prozent (25 Prozent ganz oder eher und 11 Prozent teilweise). Als private Vorsorge wurden in erster Linie Betriebsrenten (47 Prozent), private Lebens- oder Rentenversicherungen (41 Prozent) und Wohneigentum (41 Prozent) gewählt.

„Dass die Sorge vor Altersarmut bereits bei der heutigen Rentnergeneration so stark ausgeprägt ist, bestätigt unsere Wahrnehmung der kritischen Situation der Altersvorsorge in Deutschland“, sagt Holm Diez, Mitglied des Vorstands der HDI Deutschland AG, verantwortlich für das Ressort Leben & Bancassurance. „Die Ergebnisse der diesjährige Rentner-Studie zeigen eindrücklich: Wer sich ein selbstbestimmtes Leben im Alter wünscht, muss frühzeitig handeln und zusätzlich vorsorgen. Das passiert aber noch viel zu selten. Wir als HDI möchten unseren gesellschaftlichen Auftrag wahrnehmen, mit der Studie zu mehr Aufklärung beitragen und die Menschen dazu ermutigen, sich mit ihrem Leben und ihren Finanzen im Alter zu beschäftigen.“



Quelle: © LeManna - AdobeStock.com

Die Hälfte der Rentner sind Mieter, 72 Prozent von ihnen ohne private Vorsorge

43 Prozent der Befragten leben in Wohneigentum (31 Prozent ein Haus, 12 Prozent eine Wohnung), etwas mehr als die Hälfte (54 Prozent) wohnt zur Miete. Von den Mietern haben sich fast drei Viertel (71 Prozent) ausschließlich auf die gesetzliche Rente verlassen – private Vorsorge wurde nicht aufgebaut. Im Durchschnitt trifft das auf 63 Prozent der Rentner zu.

Trotz Vollzeit-Erwerb: Nur ein Viertel kann Lebensstandard halten

Ohne zusätzliche private Vorsorge hat sich der Lebensalltag der meisten Rentner spürbar verändert. Die durchschnittliche Rente der Befragten liegt zwischen 1.201 und 1.500 Euro, weshalb sie ihre Ausgaben genau abwägen müssen – insbesondere Mieter, deren Warmmiete durchschnittlich bei gut 770 Euro liegt. So ist es nicht verwunderlich, dass nur ein knappes Viertel der Befragten (24 Prozent) nach eigenen Angaben den gewohnten Lebensstandard halten kann – bei Mietern liegt dieser Wert sogar nur bei 17 Prozent. Lediglich ein Drittel konnte die Miete nach Rentenbeginn problemlos weiterbezahlen, 12 Prozent mussten deswegen umziehen.

Frühere Wohneigentümer (die 29 Prozent der Mieter ausmachen) sind aber ebenfalls betroffen: Von ihnen geben 17 Prozent an, dass sie nicht mehr in einer eigenen Immobilie leben, weil ihre Rente dafür nicht reichte.

Umso bemerkenswerter sind diese Ergebnisse angesichts der Tatsache, dass 80 Prozent der

Befragten früher überwiegend in Vollzeit tätig waren (jedoch: 95 Prozent der Männer und nur 65 Prozent der Frauen).

„Altersarmut ist kein Ausnahmefall mehr. Sie trifft die Mitte unserer Gesellschaft", ordnet Fabian von Löbbecke, Vorstand der HDI Lebensversicherung AG, verantwortlich für den Bereich Neugeschäft Leben und betriebliche Altersversorgung, die Studienergebnisse ein. „Die Zahlen zeigen deutlich, dass private Vorsorge kein optionaler Zusatz, sondern notwendige Ergänzung zur gesetzlichen Rente ist – ganz besonders für Menschen ohne Eigentum oder familiären Rückhalt."

Länger arbeiten? Finanzielle Not trifft auf gesundheitliche Grenzen

Neben 8 Prozent, die länger gearbeitet haben als geplant, wäre gut ein Viertel (26 Prozent) der Befragten ebenfalls dazu bereit gewesen – in erster Linie aus finanziellen Gründen, aber auch aus Spaß an der Arbeit. Doch 40 Prozent aller, die nicht länger gearbeitet haben, hätten hierfür einen besseren Gesundheitszustand benötigt.

Gesundheit ist für Ruheständler ein wichtiges Thema. Die Sorge vor einer möglichen Pflegebedürftigkeit belastet viele: Knapp die Hälfte (49 Prozent) der Befragten fürchtet, zukünftig zum Pflegefall zu werden – gleichzeitig haben aber 60 Prozent keine Vorsorge dafür getroffen.

Zwischen Verantwortung und fehlender Rückendeckung

Neben der finanziellen Unsicherheit zeigt die Studie auch eine soziale Belastung vieler Rentnerinnen und Rentner. Mehr als die Hälfte (53 Prozent) von ihnen fürchtet mindestens teilweise, ihren Kindern im Alter zur Last zu fallen (37 Prozent stimmen zu, weitere 16 Prozent teilweise). Rund 37 Prozent leben allein – besonders viele davon in Mietverhältnissen. Emotionale oder familiäre Unterstützung ist also nicht für alle selbstverständlich. Insgesamt haben knapp drei Viertel (74 Prozent) der Ruheständler Kinder, doch ein Großteil von ihnen (56 Prozent) erwartet nicht, dass ihre Kinder sie im höheren Alter unterstützen.

Dennoch übernehmen viele weiterhin Verantwortung: 24 Prozent der Großeltern helfen regelmäßig bei der Betreuung ihrer Enkel – häufig, weil es für deren Eltern anders nicht zu stemmen wäre.

Gute Kontaktpflege, aber wenig regelmäßige Enkelbesuche

Auch auf Kontaktpflege legen die Ruheständler Wert: Insgesamt 30 Prozent von ihnen erhalten ein- oder mehrmals pro Woche Besuch, weitere knapp 30 Prozent häufiger als einmal im Monat. Die befragten Rentner mit Kindern erhalten in erster Linie regelmäßigen Besuch von ihren Kindern (gut zwei Drittel, 67 Prozent), außerdem von guten Freunden (die Hälfte) sowie 36 Prozent von ihren Enkelkindern. Das bedeutet umgekehrt, dass ca. ein Drittel keinen regelmäßigen Besuch ihrer Kinder und fast zwei Drittel keinen regelmäßigen Besuch ihrer Enkelkinder bekommen.

Die Rentner ohne Kinder erhalten zu 60 Prozent Besuch von guten Freunden, zu 30 Prozent von flüchtigen Bekannten oder Nachbarn sowie zu 26 Prozent von anderen Familienangehörigen.
Autor: www.hdi.de



Quelle: © Lansk - AdobeStock.com

Die Elite der Vermögensverwalter im deutschsprachigen Raum 2026:

Vermögenserhalt ist den Vermögenden heute zu wenig – sie wollen mehr Performance

Immer mehr Vermögende setzen bei der Festlegung der Anlagestrategie auf ehrgeizigere Ziele. Reichte bislang vielen vermögenden Privatanlegern der Erhalt des Vermögens, also einen nach Kaufkraftverlust und Abzug von Gebühren und Steuern gleichwertigen Anlagebetrag, erwarten die meisten Kunden heute von ihren Vermögensverwaltern deutlich höhere Renditen als den reinen Vermögenserhalt. Dies ist eines der Ergebnisse der diesjährigen Analyse des Vermögensverwaltungsmarktes des "Elite Reports". Wie die Begutachtung zahlreicher Jahresergebnisse und die Auswertung von über 600 Gesprächen mit Vermögensverwalter-Kunden ergab, erwarten Anleger heute einen deutlich höheren Ertrag.

Angesichts der volatilen Märkte und schwieriger politischer Umfelder hat die "Elite Report"-Redaktion ihren Bewertungsansatz neu ausgerichtet und den Performance-Aspekt in diesem Jahr stärker in die Wertung einbezogen als in den Vorjahren. So wird nun die erzielte Rendite über einen Zeitraum von vier Jahren und nicht nur eines Jahres berücksichtigt. "Wir bieten unseren Lesern nunmehr eine langfristiger angelegte Vermögensperspektive und weniger eine Momentaufnahme", erklärt Hans-Kaspar von Schönfels, Chefredakteur des "Elite Report".

In Kooperation mit dem öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen für Wertpapieranlagen Reinhard Vennekold zeigt der "Elite Report" mit der neuen Bewertungssystematik "die echte Leistung der Vermögensverwalter". Die Anlage ist jetzt in drei klar definierte Risikoklassen eingeteilt: konservativ mit einem Aktien-/Rentenanteil bis zu 30/70, ausgewogen mit 50/50 und offensiv mit bis zu 70 Prozent Aktien. Berücksichtigt werden ausschließlich echte Kundendepots, keine theoretischen Musterportfolios sowie keine vermögensverwaltenden Fonds. Unterjährige Ein- und Auszahlungen bleiben zur besseren Vergleichbarkeit außen vor und die Renditeangaben der Banken und Vermögensverwalter erfolgen MiFID-konform, also nach Kosten und vor persönlichen Steuern.

Der "Elite Report" für 2026 erscheint im 23. Jahrgang

Der "Elite Report" hebt jedes Jahr die besonders leistungsstarken und zuverlässigen Anbieter der Anlagebranche hervor. Insgesamt hat sich die Elite der Vermögensverwalter im abgelaufenen Jahr sehr gut behauptet und auf die Turbulenzen an den Märkten rechtzeitig und mit Umsicht reagiert. Insgesamt wurden dieses Mal 51 Vermögensverwalter (2025: 54) als "empfehlenswert" eingestuft. Von anfänglich 386 Anbietern blieben nach einer ersten und zweiten Analyse noch 122 übrig. Nach weiteren Prüfschritten wie der Auswertung der umfangreichen Fragebögen, diversen Leumundsbefragungen, einem Bilanzcheck und der Auswertung von Beratungsberichten privater Anleger und Nachrecherchen reduzierte sich die Anzahl auf insgesamt 51 Anbieter.

Die zehn besten Vermögensverwalter für 2026

Von den 51 empfehlenswerten Häusern sind 41 deutsche Adressen, sechs haben ihren Sitz in Österreich, vier in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Zum Segment "summa cum laude" gehören 45 Vermögensverwalter mit 770 bis 830 Punkten. Die Auszeichnung "magna cum laude" erhalten drei Häuser mit 710 bis 769 Punkten, drei Anbieter zählen mit 650 bis 709 Punkten zur Gruppe der "cum laude"-Anbieter.

Die zehn besten Vermögensverwalter sind in diesem Jahr die Bank Pictet & Cie (D/CH), die DZ Privatbank S.A. (D/CH/Lux), die Frankfurter Bankgesellschaft (D/CH), HRK Lunis AG (D), Maerki Baumann & Co. AG (CH), NORD/LB Norddeutsche Landesbank (D), der Raiffeisenverband Salzburg eGen (A), die Weberbank Aktiengesellschaft (D), Werther und Ernst Vermögensverwalter (D) sowie Value Experts Vermögensverwaltung AG (D).
Autor: www.elitereport.de

FPSB Deutschland:

Das Problem der Wiederanlage – und welche Lösungswege es für Anleger gibt

Wie man das Wiederanlagerisiko vermeidet

Über vier Prozent Zinsen gab es bei Festgeld Anfang vergangenen Jahres. Das dürfte vor allem für sicherheitsbewusste Anleger recht attraktiv gewesen sein. Doch inzwischen ist der Festgeldzins – aufgrund der Leitzinssenkungen der Europäischen Zentralbank (EZB) – in der Spitze auf rund 2,5 Prozent zurückgegangen. Wer also im vergangenen Jahr einen größeren Betrag in Festgeld investiert hatte, bekommt heute man nicht mehr den gleichen Zinssatz wie damals – und hat damit das Problem der Wiederanlage.

Dieses Wiederanlagerisiko betrifft aber nicht nur Festgeldanlagen. Auch bei festverzinslichen Wertpapieren kann es auftreten. Denn auch sie werden irgendwann fällig. Und schließlich gilt das auch für abgeschlossene Versicherungen. Im vergangenen Jahr zum Beispiel waren es fast 102 Milliarden Euro, die allein deutsche Lebensversicherer an ihre Kunden ausgezahlt haben. Das geht aus den Zahlen des Gesamtverbandes der Versicherer hervor.

Doch vor allem ist davon auszugehen, dass viele Menschen hierzulande früher oder später mit dem Problem der Wiederanlage konfrontiert sein werden. Das belegen Zahlen der DZ Bank. Ende 2024 haben die Bundesbürger knapp 37 Prozent ihres Vermögens in Bankeinlagen geparkt und 26,7 Prozent bei Versicherungen investiert. Das heißt, knapp zwei Drittel des gesamten Geldvermögens der Deutschen in Höhe von 9,4 Billionen Euro sind tendenziell einem Wiederanlagerisiko ausgesetzt.

Aktienanlage als Alternative

Was also tun mit dem Geld? „Tatsächlich ist das Zinsniveau derzeit eher niedrig“, sagt Prof. Dr. Rolf Tilmes, Vorstand des Financial Planning Standards Board Deutschland e.V. (FPSB Deutschland). Zehnjährige Bundesanleihen bieten Anfang August zwar rund 2,7 Prozent. Doch die Inflation liegt derzeit bei etwa zwei Prozent. „Das heißt real, also nach Abzug der Teuerungsrate, bringen sichere Bundesanleihen mit zehn Jahren Laufzeit gerade mal eine Rendite von 0,7 Prozent pro Jahr“, so der Experte weiter. Bei Fest- oder Tagesgeld ist die reale Verzinsung eher noch niedriger.

„Wer das Wiederanlagerisiko grundsätzlich vermeiden möchte, sollte deshalb Anlagen wählen, bei denen es kein Ablaufdatum und damit keinen festen Rückzahlungstermin gibt“, erklärt Tilmes. Das ist vor allem bei Aktien der Fall. „In diese Anlageklasse können Anleger, vor allem wenn sie einen langfristigen Anlagehorizont haben, einen großen Teil ihres Vermögens investieren.“ So haben Exchange Traded Funds (ETFs) oder Investmentfonds auf Aktien keinen Rückzahlungstermin. Und wer eine thesaurierende Variante wählt, bei der die Ausschüttungen sofort reinvestiert werden, profitiert zusätzlich vom Zinseszinseffekt. „Wer sich wegen der Kursschwankungen Sorgen macht, kann sein zu investierendes Kapital auch in Raten oder über einen Sparplan investieren“, so ein weiterer Rat von Tilmes.

Viele Anleger sind mit dem Wiederanlagerisiko aber bereits konfrontiert. „Da vor allem sichere Zinsanlagen derzeit nicht wirklich attraktiv sind, sollten Anleger das frei gewordene Geld, wenn sie noch einen Anlagezeithorizont von fünf Jahren oder mehr haben, zumindest zum überwiegenden Teil wie oben beschrieben in Aktien anlegen“, erklärt Tilmes, der neben seiner Vorstandstätigkeit auch Academic Director Finance, Wealth & Sustainability Management an der EBS Executive School in Oestrich-Winkel ist.

Verschiedene Töpfe für die Auszahlphase

Komplexer wird es, wenn jemand schon nach kurzer Zeit auf das Geld angewiesen ist, beispielsweise wenn man bereits im Rentenalter ist und das Vermögen zur Deckung der Lebenshaltungskosten oder zur Ergänzung der Altersbezüge schon nach kurzer Zeit

benötigt. In diesem Fall besteht zum Beispiel die Möglichkeit, für die kurzfristigen Ausgaben einen Geldmarkt-ETF oder Tagesgeld zu nutzen. „Als zweiten Topf könnte ein Portfolio aus Anleihen mit sehr guter Bonität und mit gestaffelten Laufzeiten zum Beispiel zwischen zwei und zehn Jahren, eine sogenannte Anleiheleiter, gebildet werden. Und als dritten Topf dann für die Erträge ein breit gestreutes Aktienportfolio“, erklärt Tilmes. „Diese drei Blöcke können dann – abhängig von der persönlichen Risikotragfähigkeit und der individuellen Risikoneigung – unterschiedlich gewichtet werden.“

Generell aber gilt, dass Anleger mit dem zugeflossenen Geld keinen heißen Börsentipps oder aktuellen Trends hinterherlaufen sollten. Wer das Vermögen sinnvoll einsetzen und idealerweise vergrößern möchte, sollte sich deshalb seriöse und fundierte Beratung holen. „Das Problem ist, dass durch falsche oder schlechte Beratung ein Vermögen schnell reduziert oder auch ganz weg sein kann“, warnt Tilmes. Er empfiehlt deshalb, sich an einen vom FPSB Deutschland zertifizierten CFP®-Professional zu wenden. „Der Vorteil für Anleger liegt darin, dass sie hier objektiv und im besten Sinne des Kunden beraten werden“, fasst der Experte zusammen.
Autor: www.fpsb.de

Verpasste Chance:

Wie die Bundesbürger Rendite verschenken bei der Geldanlage

Die Mehrzahl der Bundesbürger hat bei der Geldanlage in den zurückliegenden Jahren reichlich Rendite liegen lassen. Das Problem: Zu viel Geld wird auf wenig oder gar nicht verzinsten Konten gelagert, während die Chancen am Kapitalmarkt zu wenig genutzt werden. Das verdeutlicht die nachfolgende Rechnung: Wer in den zurückliegenden zehn Jahren (2015 bis 2024) jeden Monat 100 Euro in einen Sparplan investiert hat, der die Entwicklung des Deutschen Aktienindex DAX nachzeichnet, der konnte aus 12.000 Euro Einsatz insgesamt mehr als 19.000 Euro machen. Floss das Geld in ein Produkt, das den MSCI World Index abbildet, hätten am Ende sogar annähernd 25.000 Euro zu Buche gestanden. Wer dagegen die gleiche Summe regelmäßig auf ein Sparbuch legte, hätte sich nur über rund 200 Euro Rendite freuen können – jeweils vor Abzug von Kapitalertragsteuern.

Der Berechnung liegen Daten des Deutschen Aktieninstituts (www.dai.de) zugrunde, das für regelmäßige Anlagen in den Dax und den MSCI World Index die Renditen seit 1975 berechnet. Für den Zeitraum 2015 bis 2024 betrugen diese für den Dax 9,00 Prozent p.a., für den MSCI World 14,00 Prozent p.a. Die Zinsberechnung für die Sparbuchanlage basiert auf Daten der Deutschen Bundesbank (Zinsstatistik). Hier wurde der durchschnittliche Zinssatz für Einlagen mit einer Kündigungsfrist bis zu drei Monaten im Zeitraum 1.1.2015 bis 31.12.2024 herangezogen. Er lag bei 0,30 Prozent p.a.

Nur eine Minderheit hält Aktien und Fonds

Laut Deutschem Aktieninstitut lag die Zahl der Bundesbürger, die in Aktien, Aktienfonds und Exchange Traded Funds (ETF) investieren, zuletzt (2024) bei 12,1 Millionen. Das entspricht 17,2 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren. Die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung investiert also nicht in Wertpapiere.

Die Verteilung der Vermögensanteile weist eine weit weniger große Diskrepanz auf. Zahlen der Bundesbank zufolge verfügten die privaten Haushalte in Deutschland zum 30. Juni 2025 über rund 3,434 Billionen Euro in Form von Bargeld und Einlagen (u.a. Girokonto, Festgeld, Sparkonten, Tagesgeld). 2,986 Billionen Euro lagen in Aktien, Investmentfonds und sonstigen Anteilsrechten. Ein vergleichsweise großes Wertpapiervermögen ist folglich in den Händen einer kleinen Bevölkerungsgruppe.

Zehn Jahre zuvor, im Jahr 2015, standen rund 2,062 Billionen Euro an Bargeld und Einlagen noch 1,067 Billionen Euro an Aktien und Fonds gegenüber. Das Verhältnis hat sich also kräftig Richtung Aktien & Co. verschoben.

Es könnte jedoch noch deutlicher ausfallen. Hätten die Bürger vor zehn Jahren nur ein Viertel des damaligen Cash- und Sparbestandes in den Dax investiert, statt es weiter auf Konten oder in bar zu halten, könnten sie heute potenziell über rund 500 Milliarden Euro mehr Vermögen verfügen, zeigt eine Berechnung der Consorsbank. Und das, obwohl der Dax in den Jahren 2018 und 2022 ein zweistelliges Minus verbuchte. Autor: www.consorsbank.de



Fehlende Beratung und mangelndes Finanzwissen bleiben wichtige Gründe, warum viele nicht investieren

Wie eine aktuelle Umfrage von J.P. Morgan Asset Management zeigt, hat sich das Anlageverhalten der Deutschen im Vergleich zu einer Befragung aus dem Jahr 2020 spürbar verändert: Während weniger Befragte mit ihren Ersparnissen überwiegend auf Spar- oder Festgeldkonten vertrauen, konnten Investments in Fonds und ETFs deutlich zulegen. Damit deutet sich ein Strukturwandel im Sparverhalten an – weg vom unrentablen Geldparken hin zu einem aktiveren, langfristigen Vermögensaufbau.

"Das Sparbuch stand über Jahrzehnte sinnbildlich für den Weltspartag", sagt Matthias Schulz, Managing Director bei J.P. Morgan Asset Management. "Heute zeigt sich, dass die Deutschen den Kapitalmarkt zunehmend als einen wichtigen Bestandteil ihres Vermögensaufbaus begreifen. Das ist eine ermutigende Entwicklung, aus der ein höheres Renditebewusstsein und langfristige Verantwortung für die eigene finanzielle Zukunft ablesbar sind", führt Matthias Schulz aus.

Für das "Altersvorsorgebarometer 2025" wurden im Spätsommer 2025 in Deutschland 1.000 Frauen und Männer repräsentativ befragt. Zum Vergleich zog J.P. Morgan Asset Management Ergebnisse aus dem "Finanzbarometer" vom April 2020 hinzu, für das knapp 2.000 Frauen und Männer in Deutschland befragt wurden.

Mehr Kapitalmarkt, weniger Sparbuch – das Sparverhalten im Wandel

Beim aktuellen Altersvorsorgebarometer 2025 standen vor allem Fragen zum langfristigen Vermögensaufbau im Vordergrund. Dass sie einen Großteil ihres Vermögens in Tages-, Festgeld oder auf dem Sparbuch halten, gaben dabei 44,5 Prozent der Befragten an, wobei mehrere Antworten möglich waren. Im Vergleich zu den Zahlen von 2020 ist dies ein massiver Rückgang um rund 20 Prozentpunkte. Im Corona-Jahr 2020 gaben 64,2 Prozent an, dass sie ein Sparbuch oder Tages-/Festgeld nutzen, wobei nicht differenziert wurde, ob sie dies für die kurz- oder langfristige Geldanlage nutzen.

Gleichzeitig ist der Anteil der Investments in Fonds und ETFs von 23,1 Prozent im Jahr 2020 auf 31,9 Prozent im Jahr 2025 gestiegen. Auch Aktien verzeichnen einen leichten Zuwachs von 23,5 auf 25,2 Prozent, während Renten- und Lebensversicherungen an Bedeutung verlieren – hier sank der Anteil von 36,8 auf 29,3 Prozent.

"Das klassische Sparprodukt bleibt zwar Teil vieler Haushaltsportfolios, wird aber gerade für die langfristige Anlage zunehmend ergänzt oder ganz ersetzt durch Investments, die für den Vermögensaufbau bessere Renditechancen bieten", erläutert Schulz. "Gerade im Umfeld nachlassender Zinsen und hoher Lebenshaltungskosten denken die Deutschen offensichtlich intensiver darüber nach, wie sie ihr Geld gezielter für sich arbeiten lassen können", sagt Matthias Schulz.

Bewusster investieren: Mehr Finanzbildung nötig, aber auch Beratungsbedarf

Mit dem wachsenden Interesse an Investmentlösungen nimmt auch das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Finanzbildung zu. Dabei zeigt die Um-

frage aber auch, dass fehlende Beratung und Wissenslücken weiterhin zentrale Hemmnisse sind, um zu investieren. So gibt laut Barometer 2025 rund ein Drittel (31,8 Prozent) derjenigen, die nicht am Kapitalmarkt investieren, an, nicht genug Wissen über Finanzprodukte zu haben – 2020 waren dies 28,7 Prozent. Ein Viertel (24,8 Prozent) der Nicht-Investierenden aus der Befragung 2025 sagen, ihnen fehle die richtige Beratung – 2020 waren dies 22,3 Prozent.

"Diese Zahlen sind seit Jahren erstaunlich stabil", kommentiert Matthias Schulz. "Viele Deutsche haben den Wunsch, sich stärker mit dem Thema Geldanlage zu beschäftigen, wissen aber nicht, wie oder wo sie anfangen sollen. Hier ist es entscheidend, dass Finanzinstitute, Politik und auch Bildungseinrichtungen an einem Strang ziehen und auch über neue Wege nachdenken, um Finanzwissen zu vermitteln."

Nach Ansicht von Schulz sollte Finanzbildung heute genauso selbstverständlich sein wie Gesundheitsvorsorge: "Wer frühzeitig weiß, wie Rendite, Risiko und Zeit zusammenwirken, kann deutlich besser entscheiden, welche Anlageformen zu seinen Lebenszielen passen. Diese Kompetenz ist keine Frage des Einkommens, sondern der Aufklärung."

Vermögensaufbau als neue Normalität

Die Ergebnisse zeigen laut Schulz, dass sich Deutschland allmählich von einem "Land der Sparer" zu einem Land der langfristiger denkenden Anleger entwickelt: "Viele Menschen haben in den vergangenen Jahren erlebt, dass Zinsen allein nicht ausreichen, um reale Vermögensziele zu erreichen. Die Erkenntnis, dass der Kapitalmarkt eine Notwendigkeit für die Sicherung und den Ausbau des Vermögens ist, setzt sich immer stärker durch", sagt Schulz.

Der Experte plädiert bei der Geldanlage auf einen ausgewogenen Mix. "Es braucht einerseits Liquiditätsreserven, die auch kurzfristig zur Verfügung stehen. Dafür hat Tagesgeld eine wichtige Funktion. Doch über einen Puffer in Höhe von einigen Monatsgehältern hinaus ist es sinnvoll, Vermögen langfristig am Kapitalmarkt anzulegen", erklärt Schulz. Damit erhalte auch der Weltspartag selbst eine neue Bedeutung. "Dieser Tag erinnert uns heute weniger an das Befüllen des Sparschweins, sondern vielmehr an die Verantwortung, Vermögen bewusst und langfristig zu gestalten", fasst Matthias Schulz zusammen.
Autor: www.jpmam.de

Krypto gehört in jedes Portfolio –

Investmentpunk Gerald Hörhan über die neue Ära der digitalen Vermögensstrategie

Die Debatte um Bitcoins & Co. spaltet nach wie vor das Lager der Sparer und Anleger: Während die Kurse der bekanntesten Kryptowährungen Rekordwerte erreichen, bleiben viele unsicher – zu volatil, zu undurchsichtig, zu neu.

Dennoch setzen immer mehr Banken, Staaten und Großanleger auf digitale Assets als festen Portfoliobestandteil. Worauf kommt es beim Einstieg wirklich an und wie lassen sich Risiken intelligent abfedern?

Das digitale Zeitalter verändert den Vermögensaufbau grundlegend, traditionelle Anlagemodelle stehen angesichts geopolitischer Unsicherheiten und hoher Inflation zunehmend auf dem Prüfstand. Mittendrin: Krypto-Investments, deren Image noch immer zwischen Hype, Skepsis und Zukunftsvision schwankt. Während sich klassische Anleger auf Aktien, Immobilien oder Gold fokussieren, wächst parallel die Gruppe der Krypto-Enthusiasten, die in Bitcoin, Ethereum & Co. einen legitimen, modernen Schutz gegen Inflation und Währungsmanipulation sehen. Doch trotz erster Erfolge und wachsendem Interesse ist die Unsicherheit unübersehbar, insbesondere bei Einsteigern, die Angst vor starken Kursschwankungen und unseriösen Anbietern haben. „Wer sich nicht mit digitalen Assets auseinandersetzt, verpasst möglicherweise die entscheidende Anlageklasse der kommenden Jahre und setzt sich unnötigen Risiken klassischer Märkte aus", erklärt Investmentpunk Gerald Hörhan.

„Krypto-Investments gehören heutzutage in jedes diversifizierte Portfolio – vorausgesetzt, man

macht es richtig und informiert sich gründlich", fügt er hinzu. „Die digitale Vermögensstrategie bietet enorme Chancen, birgt aber wie jede Geldanlage spezifische Risiken, die man kennen muss." In der mittlerweile fast zwanzigjährigen Karriere im Investmentbereich hat Gerald Hörhan beobachtet, wie sich innovative Technologien von Randerscheinungen zu etablierten Marktgrößen entwickeln. Besonders deutlich zeigt sich dabei: Es sind nicht die Kryptowährungen selbst, sondern mangelndes Know-how und unüberlegte Investitionsentscheidungen, die Privatanleger am häufigsten zu Fall bringen. Gerald Hörhan hat sich daher mit der Investmentpunk Academy darauf spezialisiert, Menschen mit praxisnahem Expertenwissen auszustatten, um den Einstieg in digitale Assets zu erleichtern und typische Fehler zu vermeiden. Worauf es dabei ankommt, verrät der Investmentpunk hier.

Krypto-Assets: Vom Nischenprodukt zum festen Bestandteil institutioneller Portfolios

„Wir beobachten derzeit, dass Banken, Staaten und börsennotierte Konzerne nicht mehr an der Seitenlinie stehen, sondern zunehmend aktiv investieren", berichtet Gerald Hörhan. Kryptowährungen sind demnach aus dem Schatten der Start-up-Szene herausgetreten und werden immer häufiger als Investment-Asset in professionellen Portfolios eingesetzt. Speziell der Bitcoin hat mit seinen jüngsten Allzeithochs endgültig den Beweis erbracht, dass er nicht nur eine kurzlebige Modeerscheinung ist, sondern einen ernstzunehmenden Gegenpol zu klassischen Währungen und inflationsanfälligen Staatsanleihen bieten kann.

Was bedeutet das für Privatanleger? Nie war es leichter, an globalen Finanzinnovation teilzuhaben und Vermögen nicht mehr nur auf Bankkonten und Aktienmärkte zu vertrauen. Durch die Blockchain-Technologie sind Übertragungen transparent, dezentral und unabhängig von nationalstaatlichen Restriktionen. „Allerdings verleiten euphorische Medienberichte leicht zu Schnellschüssen. Deshalb rate ich, sich nicht blind auf Hypes zu verlassen, sondern Portfolios mit Bedacht und Bildungsbereitschaft zu gestalten", betont Gerald Hörhan. „Die moderne Vermögensstrategie beginnt schließlich immer beim Wissen, nicht beim blinden Investieren."

Zensurfreies Geld und globale Unabhängigkeit – was Kryptowährungen einzigartig macht

Neben der Performance eröffnen digitale Währungen einmalige Vorteile: „Keine Bank, kein Staat kann Ihr Krypto-Konto einfrieren oder Ihr Vermögen beschlagnahmen", unterstreicht Gerald Hörhan. Diese neue Form digitaler Selbstbestimmung wird insbesondere in Krisenzeiten zu einem entscheidenden Pluspunkt. Anders als traditionelle Assets, die im Extremfall gesetzlichen Zugriffen oder staatlichen Sperrungen unterliegen, ermöglicht Krypto zensurfreies, grenzüberschreitendes Investieren.

Gleichzeitig revolutioniert die Blockchain-Technologie den Zahlungsverkehr: Mit Kryptowährungen lassen sich rund um den Globus Zahlungen tätigen, Investments tätigen und Werte speichern. „Durch die globale Unabhängigkeit sind Anleger nicht länger auf politische Stabilität oder nationalstaatliche Regulierungen angewiesen", erklärt der Investmentpunk. Damit wird erstmals wirkliches Eigentum im digitalen Raum möglich – ein Meilenstein für alle, die Vermögensschutz und Freiheit in einer zunehmend vernetzten Welt anstreben.

Inflationsschutz und begrenztes Angebot: Warum Bitcoin und Ethereum langfristig überzeugen

Ein zentrales Argument pro Krypto-Investment ist der Schutz vor Inflation. Während Zentralbanken ihre Währungen ausweiten und dabei die Kaufkraft schleichend entwertet wird, sind Bitcoins und viele andere Kryptowährungen strikt limitiert. „Keine Zentralbank der Welt kann die maximale Anzahl von Bitcoins erhöhen – das macht Bitcoin so attraktiv als Inflationsschutz", so Gerald Hörhan. Während Papiergeld durch die Druckerpresse jedes Jahr an Wert verliert, profitieren Halter digitaler Assets von Knappheit und zunehmender Akzeptanz.

Insbesondere etablierte Coins wie Bitcoin und Ethereum genießen dabei einen Vertrauensvorschuss und gelten mittlerweile als die digitalen Alternativen zu Gold und Blue Chips. Ethereum bietet neben dem Kurswert auch Staking-Möglichkeiten mit attraktiven Erträgen, vergleichbar mit Dividenden oder Zinsen bei Bankanlagen. „Aber: Finger weg von sogenannten Shitcoins! Wer langfristig erfolgreich sein möchte, setzt auf Bewährtes statt auf kurzfristige Trends", mahnt Gerald Hörhan.

Volatilität, Regulierungen und das Counterparty-Risiko: Mit Wissen Risiken minimieren

Kritiker führen häufig ins Feld, dass Kryptowährungen extremen Kursschwankungen unterworfen sind. Doch tatsächlich relativiert sich dieses Argument, schaut man auf die Entwicklung der letzten Jahre: „Die Volatilität großer Coins wie Bitcoin nimmt ab, je mehr sie in den Mainstream rü-

cken“, erklärt Gerald Hörhan. Aktien großer Tech-Konzerne oder selbst Gold durchlaufen immer wieder ähnliche Schwankungen – entscheidend ist, wie Anleger diese Schwankungen managen.

Strategien wie beschleunigte Ansparpläne helfen, Kurstiefs gezielt zu nutzen, indem bei fallenden Kursen größere Beträge investiert werden. So entsteht ein Cost-Average-Effekt, der Risiken bei langem Anlagehorizont spürbar abmildert. Das zweite große Risiko, das sogenannte Counterparty-Risiko – also der Verlust der Assets durch insolvente Kryptobörsen – lässt sich durch eigene Wallets („Not your keys, not your coins“) oder Investitionen in Krypto-ETFs (z. B. von BlackRock) gezielt minimieren. „Am gefährlichsten sind dabei menschliche Fehler, nicht die Coins selbst“, sagt Gerald Hörhan. Wer sich Know-how aneignet, investiert sicherer.


Quelle: © Blue Planet Studio - AdobeStock.com

Die richtige Strategie zum Einstieg: Diversifikation, Plansicherheit, Bildung

Was aber ist nun der beste Weg, um Krypto in das eigene Portfolio einzubinden? Gerald Hörhan empfiehlt, sich strikt an bewährte Investmentgrundsätze zu halten: „Diversifiziere über Länder und Börsen, nutze Ansparpläne und bilde dich ständig weiter.“ Eine intelligente Portfoliostrategie umfasst dabei zwischen 5 und 10 Prozent in Kryptowährungen, je nach Risikoneigung.

Dabei setzt Gerald Hörhan auf eine klare Trennung zwischen ernstzunehmenden Projekten und riskanten Spekulationen. „Der größte Fehler privater Anleger sind Illusionen vom schnellen Reichtum ohne Fundament“, warnt der Finanzexperte. Grundsätzlich sollte die Krypto-Allokation nicht auf Kosten klassischer Vermögensstandbeine wie Aktien, Immobilien oder Rohstoffe erfolgen, sondern diese sinnvoll ergänzen. Wer das Potenzial digitaler Assets versteht und Risiken beherrscht, erschließt sich eine neue Dimension der Unabhängigkeit im digitalen Zeitalter – fernab von Banken und Bürokratie.
Autor: www.investmentpunk.com

Consorsbank-Studie:

Kleine Träume, große Pläne – wie Eltern für ihre Kinder anlegen

In den vergangenen fünf Jahren verbuchten die Depots von Minderjährigen einen höheren Wertzuwachs als die der Erwachsenen. Seinen Kindern einen möglichst sorgenfreien Start ins Leben zu ermöglichen, ist der Wunsch aller Eltern. Früh einen finanziellen Grundstock zu legen, um damit später zum Beispiel einen Führerschein zu finanzieren, Zuschüsse für Ausbildung und Studium zu geben oder die erste eigene Wohnung auszustatten, ist für viele Eltern ein wichtiges Element. Oder auch schon ein paar Euro für die Altersvorsorge beizeiten zur Seite zu legen. Das hat auch die Politik erkannt. Im Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung ist eine „Frühstart-Rente“ geplant: Kinder ab 6 Jahren sollen monatlich 10 Euro erhalten vom Staat in ein gefördertes Wertpapierdepot.

Auch ohne staatlichen Zuschuss sorgen viele Eltern bereits für ihren Nachwuchs vor. Auf welchen Anlagemix setzen sie? Wie wichtig sind Wertpapiere dabei? Wann starten sie mit dem Sparen? Wieviel Kapital kommt zusammen bis zum Erwachsenenalter? Und welche Renditen konnten zuletzt erzielt werden? Antworten liefert die Junior-Depot-Studie der Consorsbank. Dafür wurden anonym Daten von mehr als 100.000 Depots und Konten minderjähriger Kunden für den Zeitraum 2020 bis 2024 ausgewertet.

Eltern starten früh mit dem Investieren

Die überwiegende Mehrheit der Eltern, die für ihren Nachwuchs ein Wertpapierdepot anlegt, tut dies bereits innerhalb der ersten fünf Lebensjahre der Kinder. Der Anteil der Altersgruppe von 0 bis 5

Jahren bei den Depoteröffnungen lag in den zurückliegenden fünf Jahren bei rund zwei Dritteln. Auf die 6- bis 11-Jährigen entfielen knapp 22 Prozent, auf die 12- bis 17-Jährigen rund 16 Prozent. Junior-Depots werden dabei für Jungen und Mädchen in ähnlichem Umfang eröffnet. Während bei den Erwachsenen der Anteil der männlichen Depotkunden bei der Consorsbank bei rund 70 Prozent liegt, macht er bei den Kindern und Jugendlichen etwa 52 Prozent aus.
Regional wird der Kapitalaufbau mit Wertpapieren für Kinder und Jugendliche sehr unterschiedlich beherzigt. Bayern, Hamburger, Baden-Württemberger und Hessen sind unter den Junior-Depot-Kunden der Consorsbank deutlich überrepräsentiert, wenn man ihren Anteil an der gesamten Bundesbevölkerung als Maßstab zugrunde legt. Mit Ausnahme von Berlin und Rheinland-Pfalz, wo die Wertpapierbesitzerquote recht nah an der Bevölkerungsanteilquote liegt, sind alle anderen Bundesländer unterdessen zum Teil erheblich unterrepräsentiert.
Wertpapiere machen den Großteil des Vermögens aus

Das Vermögen im Wertpapierdepot sowie auf dem Verrechnungs-, Tagesgeld- und Festgeldkonto zusammengerechnet, verfügte die Altersgruppe der 0- bis 5-Jährigen bei der Consorsbank Ende 2024 im Durchschnitt über rund 8.900 Euro, die Gruppe der 6- bis 11-Jährigen über rund 15.400 Euro und die Gruppe der 12- bis 17-Jährigen über 23.300 Euro. Um die 80 Prozent entfallen dabei in allen Altersgruppen auf Wertpapiervermögen.
Anlagen in ETFs machten Ende 2024 in allen Junior-Depots den größten Teil des Wertpapiervermögens aus. Bei den Kindern bis 11 Jahren belaufen sie sich auf rund zwei Drittel des Vermögens. Bei den 12- bis 17-Jährigen machen sie unterdessen nur knapp die Hälfte aus. Gegenüber dem Jahr 2020 haben ETFs dabei in allen Altersgruppen an Bedeutung gewonnen, am stärksten bei den 6- bis 11-Jährigen, wo der Anteil von 38 auf rund 60 Prozent kletterte.

Allianz und Apple sind beliebteste Aktien, Nvidia wurde am meisten gekauft

Im Bereich der Aktien sind Allianz und Apple die Favoriten in den Junior-Depots. Sie belegen in allen Altersgruppen Platz eins und zwei im Ranking der nach dem Bestandsvolumen beliebtesten Werte. Dahinter folgen Werte wie Berkshire Hathaway, SAP und Münchner Rückversicherung, jedoch mit deutlichen Unterschieden in der Platzierung in den einzelnen Altersgruppen.
Einig sind sich die Eltern auch bei der nach Volumen am stärksten gekauften Aktie 2024. Nvidia belegt hier Platz eins der Rangliste in allen Altersgruppen. Dahinter wird das Feld dann aber divers. Unter den Top 5 in allen Gruppen landen noch Tesla und Allianz.
Sparpläne auf ETFs sind das Basis-Investment schlechthin

Regelmäßig einen fixen Betrag in Wertpapiere zu stecken und so unabhängig von Marktschwankungen kontinuierlich zu investieren, ist in den Depots der minderjährigen Kunden ein absoluter Standard. In der jüngsten Altersgruppe der 0- bis 5-Jährigen verfügten 2024 rund 85 Prozent über einen Sparplan. Bei den älteren Kindern und Jugendlichen waren es immerhin noch 65 bis 77 Prozent. Gegenüber dem Jahr 2020 hat das regelmäßige Wertpapiersparen spürbar zugelegt.
Bei den jüngsten Kunden (0 bis 5 Jahre) entfallen rund 92 Prozent der Sparpläne auf ETFs. Bei den Älteren liegt der Anteil zwischen 83 und 89 Prozent. Regelmäßige Investments in gemanagte Fonds oder Aktien spielen nur eine untergeordnete Rolle. Im Schnitt fließen je nach Altersgruppe zwischen 67 und 89 Euro je Ausführung in ETF-Sparpläne.
Die höchste Popularität unter den ETFs genießen solche, die den Verlauf des MSCI World Index nachvollziehen. In allen Altersgruppen beziehen sich mehr als die Hälfte der ETFs in der Rangliste der Produkte mit dem höchsten Bestandsvolumen auf den Index.

Jung schlägt alt – oder die Eltern sich selbst

Wessen Depots haben sich im Untersuchungszeitraum erfolgreicher entwickelt, die der Kinder oder die der Erwachsenen? Tatsächlich haben die Erwachsenen für ihren Nachwuchs mehr rausgeholt als für sich selbst. Die Junior-Depots verbuchten im Zeitraum 2020 bis 2024 insgesamt einen Wertzuwachs von 19,6 Prozent, während die Depots der Kunden, die 18 Jahre und älter waren, „nur“ auf 18,2 Prozent kamen. Die Gruppe der 6- bis 11-Jährigen kam sogar auf ein Plus von 21,1 Prozent. Das solche Gewinne und dieser Vorsprung auch in Zukunft gelingen, kann natürlich nicht garantiert werden. Es darf spekuliert werden, woher der Vorsprung kommt. Lag es daran, dass in den Depots der minderjährigen mehr auf Sparpläne gesetzt wird, also regelmäßig und unabhängig von der aktuellen Marktlage investiert wird? Oder liegt es am hohen ETF-Anteil in den Depots, was eine breitere Risikostreuung gewährleistet als Investments in einzelne Aktien?

Die komplette Studie steht auf der Website der Consorsbank zum Download bereit. https://www.consorsbank.de/web/Ueber-uns/Presse/Studien-Archiv
Autor: www.consorsbank.de

Wird KI zum Super-Immobilienmakler?

Wie hilfreich ist Künstliche Intelligenz (KI) beim Kauf und Verkauf von Immobilien – und wie schneidet sie im Vergleich zu klassischen Immobilienmaklerinnen und -maklern ab? Die Wüstenrot Immobilien GmbH (WI), das Maklerunternehmen der Wüstenrot & Württembergische-Gruppe, hat sich diese Frage genauer angesehen.


Quelle: © everythingpossible - AdobeStock.com

KI hat vor allem dann Stärken, wenn es um das Auswerten großer Datenmengen geht, zum Beispiel im Marketing oder bei der Unterstützung von Unternehmen durch automatisierte Abläufe. Übertragen auf einen Maklerbetrieb bedeutet das: KI kann bei der Ermittlung und Analyse von Marktdaten und Werten helfen. Aktuell liegt der wesentliche Mehrwert im Backoffice bei der Automatisierung von Prozessen. So muss beim Exposé heute nicht mehr persönlich Hand angelegt werden.

Besonders in großen Wohnungsunternehmen, die viele Gebäude verwalten und immer wiederkehrende Aufgaben haben, kann KI eine große Hilfe sein, weil dort viele vergleichbare Daten vorliegen. Anders sieht es aber im klassischen Maklerbüro aus: Hier sind die vorhandenen Objektdaten oft nicht einheitlich, manchmal veraltet oder noch gar nicht digital erfasst. Das erschwert den Einsatz von KI deutlich. Ohne Vorarbeit birgt die Nutzung große Fehlerquellen.

Ein weiterer Punkt ist das sogenannte Stichtagsprinzip bei der Immobilienbewertung: Für eine genaue Wertermittlung müssen Maklerinnen und Makler zu Beginn eines jeden Auftrags alle wichtigen Informationen und Unterlagen marktaktuell über das Objekt zusammentragen. Dazu gehören beispielsweise eine persönliche Besichtigung, eine Analyse des technischen und rechtlichen Zustands und die Ermittlung des Marktpreises. Besonders bei älteren Gebäuden, die den Großteil der rund 20 Millionen Wohnhäuser in Deutschland ausmachen, müssen dabei auch notwendige Sanierungen und Instandhaltungen berücksichtigt werden.

Dazu kommen weitere wichtige Informationen aus Grundbuchauszügen, Baulastenverzeichnissen, Baubeschreibungen, Protokollen von Eigentümerversammlungen bei Eigentumswohnungen und Energieausweisen.

Jochen Dörner, Geschäftsführer der WI: „Damit KI die klassische Maklerleistung zum Teil ersetzen könnte, müssten alle Wohngebäude in Deutschland mit wertrelevanten Daten und Unterlagen digitalisiert und ständig aktualisiert für die KI zugänglich erfasst werden. Das wird kaum gelingen, zumal die KI ja auch keine physischen Leistungen erbringt, die aber in Form von persönlich vorzunehmenden Objektaufnahmen fachlich unerlässlich sind. Fraglich ist auch, ob Eigentümerinnen und Eigentümer überhaupt bereit sind, ihr Zuhause für eine Digitalisierung zur Verfügung zu stellen."

Hinzu kommt: Für den erfolgreichen Immobilienverkauf braucht es vor allem Verhandlungsgeschick. Gute Maklerinnen und Makler finden in Gesprächen heraus, was Käuferinnen und Käufer sowie Verkäuferinnen und Verkäufer wirklich wollen, und bringen beide Seiten zusammen. Dieses Gespür für Menschen und Situationen kann KI nicht ersetzen – hier fehlt die nötige emotionale Intelligenz. Deshalb wird KI in Maklerbüros in absehbarer Zeit vor allem im Hintergrund, also im Back-Off zur Unterstützung eingesetzt werden.

Das Fazit von Jochen Dörner: „KI wird die professionelle Maklerleistung nicht ersetzen. Intelligent in der Automatisierung eingesetzt, kann sie aber Maklerinnen und Maklern mehr Zeit für die persönliche Beratung ermöglichen."
Autor: www.ww-ag.com

Maklerquote stabilisiert sich im zweiten Quartal 2025


Quelle: © REDPIXEL - AdobeStock.com

Die deutschlandweite Maklerquote zeigt eine bemerkenswerte Stabilität: Sie liegt nun das zweite Quartal in Folge konstant bei 65 Prozent – ein deutlicher Aufschwung nach dem Tiefstand von 61 Prozent im vierten Quartal 2024. Diese Entwicklung bestätigt: Die positive Trendwende aus dem ersten Quartal hat sich gefestigt. Im Vergleich zum Vorjahresquartal ist die Quote um 3 Prozentpunkte gesunken (Q2 2024: 68 Prozent). Die langfristige Betrachtung zeigt jedoch eine Konsolidierung auf solidem Niveau: Die Maklerquote bewegt sich deutlich über den Tiefständen von Ende 2024 und erreicht nahezu wieder das langjährige Durchschnittsniveau.

"Die konstante Maklerquote von 65 Prozent im zweiten Quartal ist ein ermutigendes Signal für die Branche", erklärt Christian Sauerborn, Chefanalyst bei Sprengnetter. "Nach dem starken Aufschwung zu Jahresbeginn zeigt sich jetzt eine gesunde Konsolidierung. Die Werte belegen, dass professionelle Immobilienvermarktung insbesondere in den herausfordernden Zeiten einen festen Platz im Markt hat."

Regionale Unterschiede prägen das Bild

Die Analyse der zehn größten Städte Deutschlands zeigt auch im zweiten Quartal 2025 ein differenziertes Bild: Leipzig führt mit einer Maklerquote von 71 Prozent die Rangliste an, gefolgt von Hamburg mit 70 Prozent. Diese beiden Städte zeigen die höchste Nachfrage nach professioneller Immobilienvermarktung. Frankfurt am Main bildet mit 60 Prozent das Schlusslicht, während München (62 Prozent) und Köln (63 Prozent) ebenfalls unter dem bundesweiten Schnitt liegen.

Besonders bemerkenswert ist die Entwicklung in Köln: Die Stadt verzeichnet mit einem Anstieg um 7 Prozentpunkte die stärkste positive Entwicklung im Vergleich zum Vorquartal (von 56 Prozent auf 63 Prozent). Dies zeigt, dass sich die Marktbedingungen dort deutlich verbessert haben. Positive Entwicklungen zeigen sich auch in München (+4 Prozentpunkte), Leipzig (+2 Prozentpunkte) sowie Berlin und Düsseldorf (jeweils +1 Prozentpunkt).

Im Gegensatz dazu verzeichnet Essen mit einem Rückgang von 5 Prozentpunkten (von 68 Prozent auf 63 Prozent) die stärkste negative Entwicklung. Auch Hamburg, Dortmund und Stuttgart gingen jeweils um 3 Prozentpunkte zurück.

Digitalisierung als Erfolgsfaktor

Die Stabilität der Maklerquote spiegelt auch den Erfolg von Maklern wider, die auf moderne Technologien setzen. Professionelle Bewertungstools und digitale Vermarktungsstrategien haben sich als entscheidende Wettbewerbsvorteile erwiesen.

"Makler, die auf fundierte Bewertungstools und digitale Lösungen setzen, können auch in volatilen Marktphasen ihre Position behaupten", so Sauerborn weiter. "Die aktuellen Zahlen bestätigen: Wer seine Dienstleistungen kontinuierlich professionalisiert und modernisiert, wird langfristig erfolgreich sein."

Ausblick: Gefestigte Position

Die Stabilisierung der Maklerquote auf solidem Niveau zeigt, dass sich die Branche erfolgreich an die veränderten Marktbedingungen angepasst hat. Die regionalen Unterschiede verdeutlichen jedoch, dass lokale Faktoren weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Für die kommenden Monate ist eine weitere Konsolidierung auf dem aktuellen Niveau zu erwarten. Die Herausforderung für Immobilienmakler besteht darin, durch kontinuierliche Professionalisierung und exzellenten Service ihre Position weiter zu stärken und von der stabilen Marktlage zu profitieren.

Autor: www.immobilienscout24.de

19 Millionen potentiell Betroffene: *Worauf bei der Insolvenz-Vorsorge für die betriebliche Altersvorsorge zu achten ist*

Unternehmen sehen sich einer Vielzahl an Herausforderungen gegenüber – rund 19 Millionen Beschäftigte in Deutschland haben eine betriebliche Altersvorsorge oder eine Betriebsrente. Verantwortliche müssen bei einer notwendigen Unternehmenssanierung die betriebliche Altersvorsorge ihrer Betriebsrentner und Anwärter frühzeitig im Blick haben. Der Pensions-Sicherungs-Verein VVaG (PSV) spielt als gesetzlich bestimmter Träger der Insolvenzsicherung der betrieblichen Altersversorgung eine wichtige Rolle.

Der anhaltende große Anstieg bei den Unternehmensinsolvenzen spricht eine eindeutige Sprache: Unternehmen sehen sich bereits seit mehreren Jahren einer Vielzahl an wirtschaftlichen Herausforderungen gegenüber – und auch die Aussichten sind alles andere als rosig. Fakt ist: Kein Unternehmen ist davor gefeit, in eine wirtschaftliche Schieflage zu geraten. Damit eine notwendige Unternehmenssanierung möglichst reibungslos gelingen kann, sollten die Verantwortlichen dabei allerdings die betriebliche Altersvorsorge ihrer Betriebsrentner und Anwärter frühzeitig im Blick haben. Fast 55 Prozent der rund 35 Millionen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland haben eine betriebliche Altersvorsorge oder Betriebsrente. Seraphim Ung Kim und Siegfried Flogaus, Fachanwälte für Arbeitsrecht von Schultze & Braun, erläutern auf Basis ihrer Praxiserfahrung, worauf bei der betrieblichen Altersvorsorge in der Insolvenz zu achten ist.

Die insolvenzbedingte Versorgungslücke schließen

Das Insolvenzrecht legt fest, dass ein Unternehmen ab dem Zeitpunkt keine Zahlungen mehr leisten darf, an dem die Zahlungsunfähigkeit eintritt. Dieses Zahlungsverbot umfasst auch die Versorgungsleistungen an die Betriebsrentner, die also eingestellt werden müssen. „Betriebsrentner sind allerdings in der Regel auf die Zahlungen des Unternehmens angewiesen. Sie benötigen sie, um ihren Lebensunterhalt bestreiten zu können. Dieser Umstand führt dazu, dass die Betriebsrentner ein großes Interesse daran haben, dass die Rentenzahlung schnellstmöglich wieder aufgenommen und insolvenzbedingte Versorgungslücken geschlossen werden“, sagen Kim und Flogaus, die am Nürnberger Standort der bundesweit vertretenen Kanzlei tätig sind und die schon zahlreiche Unternehmen im Zusammenhang mit den Besonderheiten der betrieblichen Altersvorsorge in der Insolvenz beraten und operativ unterstützt haben. „Die gute Nachricht für Versorgungsberechtigte und Unternehmen ist, dass eine weiträumige Vorbereitung für den Ernstfall möglich ist.“

Eine wichtige Rolle spielt dabei der PSV, der gesetzlich bestimmte Träger der Insolvenzsicherung der betrieblichen Altersversorgung. Der PSV sichert die Betriebsrenten und gesetzlich unverfallbaren Anwartschaften nach Maßgabe des Betriebsrentengesetzes (BetrAVG), das im Dezember 2024 das 50. Jubiläum seines Inkrafttretens feierte. Mit dem sogenannten Sicherungsfall wird die Leistungspflicht des PSV ausgelöst.

„Wichtig zu wissen ist, dass der PSV sich nicht als großzügiger Sanierungshelfer instrumentalisieren lässt. Dem stehen sein gesetzlicher Auftrag, aber auch die bei ihm zusammenlaufenden Interessen seiner beitragspflichtigen Mitglieder entgegen“, sagen Kim und Flogaus. „Der Dialog mit dem PSV ist aber – gerade in einem Eigenverwaltungsverfahren, also eine Sanierung in eigener Regie – ein nicht zu unterschätzender Erfolgsfaktor, damit die betriebliche Altersvorsorge nicht zum Stolperstein oder gar zur unüberwindbaren Hürde für eine Sanierung wird.“

Praxiserfahrung: Das Unternehmen sollte die Betriebsrentner zeitnah darüber informieren, dass die Rentenzahlungen (temporär) eingestellt werden müssen und eine Sicherung durch den PSV erfolgen wird. Diese Information kann dem PSV abgestimmt werden.

„Eine frühzeitige und sachkundige Einbeziehung der betrieblichen Altersversorgung in die Sanierungsüberlegungen sowie

eine umfassende Vorbereitung ist unverzichtbar", sagen Kim und Flogaus. Dazu gehören insbesondere:

Die umfassende Sichtung der Datenlage – zum Beispiel Durchführungswege, versicherungsmathematische Gutachten, Rentner- und Anwärterbestand sowie Zahlungslisten, Tarifverträge, Betriebsvereinbarung, Einzelzusagen, Versicherungsunterlagen, Registerauszüge.

Die Prüfung vorhandener Sicherungsinstrumente (z.B. Rückdeckungsversicherungen, Contractual Trust Arrangement)

Die interne und externe Kommunikation sowie die Anfertigung eines Maßnahmenkatalogs.

Gegebenenfalls müssen die Vorbereitungen – da das Thema durchaus sensibel ist – diskret erfolgen.

Praxiserfahrung: Auf dem Internetauftritt des PSV (www.psvag.de) finden sich zahlreiche Merkblätter – unter anderem zu den Unterlagen, die für die insolvenzgeschützten Durchführungswege vorzulegen sind. Vorhanden sind auch vorbereitete Excel-Listen für die Übermittlung der Daten der Versorgungsempfänger und Versorgungsanwärter. Diese benötigt der PSV, um seine Eintrittspflicht zu prüfen. Unternehmen sind im Fall einer Insolvenz gesetzlich dazu verpflichtet, den PSV zu informieren.

Hinweis: Seit 2023 sind dem PSV die Meldedateien und relevanten Unterlagen zur Prüfung der Eintrittspflicht über dessen Online-Plattform zur Verfügung zu stellen. Hierzu erhalten die Unternehmen mit dem Insolvenzantrag vom PSV ein Aufforderungsschreiben zur Meldung der Versorgungsberechtigten sowie die erforderlichen Login-Daten.

Bestenfalls schon vor dem Insolvenzantrag sind dann die zur Verfügung stehenden Ressourcen der Personalabteilung in das Aufgabengebiet einzuweisen und die erforderlichen Maßnahmen zur

- Information der Betriebsrentner und Versorgungsanwärter
- Durchführung der Meldedialoge mit dem PSV
- zeitnahen Wiederaufnahme der Rentenzahlung durch den PSV
- etwaigen Gestaltung eines Insolvenzplans oder Vorbereitung einer Veräußerung

umzusetzen, um die Sanierung des Unternehmens und auch den sozialen Frieden zu sichern.

Hoher Aufwand und Zeitdruck

Das Management der betrieblichen Altersversorgung in einer Sanierung ist auf Grund der Komplexität auch in kleineren Unternehmen mit einem verhältnismäßig hohen Aufwand verbunden. Zudem besteht aufgrund der Insolvenzsituation ein enormer Zeitdruck, der dadurch verschärft wird, dass die Zahlungen an die Betriebsrentner eingestellt werden müssen.

„Bei mehreren hundert oder gar tausend Betriebsrentnern reicht das Zeitfenster zwischen Insolvenzantrag und Insolvenzeröffnung nicht aus, um die Zahlungslücke bei den Betriebsrenten zeitnah zu schließen", sagen Kim und Flogaus. „Zu berücksichtigen sind ferner die besondere Be- und mitunter auch Überlastung der Personalabteilung in einer Insolvenz. Diese hat, neben zahlreichen anderen Aufgaben, nun zusätzlich den komplexen Meldedialog, den emotionalen Druck, aber auch die zahlreichen Anfragen der Betriebsrentner zu bewältigen."

Praxiserfahrung: Ab rund 1.000 Betriebsrentnern sollte schon mit dem Insolvenzantrag die Vereinbarung eines „vorläufigen Zahlungsweges" mit dem PSV in Betracht gezogen werden. Dieser bietet die Möglichkeit, Rentenzahlungen nach einer „summarischen Vorprüfung" und in Abstimmung mit dem PSV vorläufig aufrechtzuerhalten, bis er seine Eintrittspflicht abschließend geprüft hat. Denn die Leistungen der Insolvenzsicherung greifen in größeren Verfahren mitunter bis zu ein Jahr nach dem Insolvenzantrag.

Im Vorfeld der Auskunftserteilung an den PSV spart eine sorgfältige Aufbereitung der betrieblichen Altersversorgung im Unternehmen während der Sanierung kostbare Zeit, da dann die Informationen bereits vorliegen, die dem PSV im Rahmen des sogenannten Meldedialogs zu übermitteln sind und die er zur Prüfung seiner Eintrittspflicht benötigt.

Praxiserfahrung: Die Erfahrung zeigt, dass der Meldedialog und die damit verbundenen Fragen Mitarbeiter des insolventen Unternehmens oft überlasten und daher die Beauftragung eines Spezialisten ratsam ist. Oftmals sind weitere rechtliche Fragestellungen zu klären, wie zum Beispiel die Prüfung der Wirksamkeit der Verpfändungen von Rückdeckungsversicherungen, oder auch die Eintrittspflicht des PSV selbst und damit verbundene rechtliche Fragen.

Hinweis: Die Prüfung der Wirksamkeit der Verpfändungen von Rückdeckungsversicherungen an Versorgungsberechtigte gehört zum Pflichtenkatalog der Insolvenzverwalter oder auch Eigen-

verwaltungen. Stellt sich heraus, dass die Verpfändung, z.B. mangels Anzeige an den Versicherer, unwirksam ist, geht der gesetzlich angeordnete Forderungsübergang auf den PSV ins Leere. Die Leistungen aus der Rückdeckungsversicherung steht in diesem Fall der Insolvenzmasse zu.

Wichtig: Nur wenn die Informationen rechtzeitig und vollständig zur Verfügung gestellt werden, ist der PSV in die Lage, seiner Eintrittspflicht zeitnah nachzukommen. Und das wiederum ist unabdingbar für die Sanierung des insolventen Unternehmens.

Geplante Besonderheit: Der Insolvenzplan

„Um ein insolventes Unternehmen zu erhalten, kann ein sogenannter Insolvenzplan erstellt werden. Dabei besteht der PSV als Großgläubiger regelmäßig auf eine Besserungsklausel im Sinne des Betriebsrentengesetzes", sagen Kim und Flogaus. „Gemäß der gesetzlichen Regelung soll im Insolvenzplan vorgesehen werden, dass bei einer nachhaltigen Besserung der wirtschaftlichen Lage des Arbeitgebers die Leistungen, die vom PSV erbracht werden, ganz oder zum Teil vom Arbeitgeber wieder übernommen werden." Zudem verfolgt der PSV im Rahmen eines Insolvenzplans stets das Ziel, zumindest die Versorgungsansprüche der aktiven Versorgungsanwärter auf das sanierte Unternehmen zurück zu übertragen. Das BetrAVG ordnet an, dass der PSV eine besondere Gruppe innerhalb des Insolvenzplans bildet. So wird sichergestellt, dass der PSV seine Rechte umfassend wahrnehmen kann.

Praxiserfahrung: Unternehmen sollten den PSV zeitnah und mit überzeugenden Argumenten in die Plangestaltung einbinden und die dafür benötigte Zeit bei der Sanierung und Verhandlung der Konditionen der Besserungsklausel einplanen. Bei der Rückübertragung von Versorgungsverpflichtungen sollten die Plangestalter auch Fragen der Praktikabilität und Liquidität für die Zeit nach der Sanierung durchleuchten.

Zudem ist es im Einzelfall geboten, externe Versorgungsträger (z.B. überbetriebliche Unterstützungskassen) in die Sanierungsüberlegungen einzubeziehen, wenn der Durchführungsweg in einem Plan- oder Veräußerungsszenario auch für die Zeit nach dem Insolvenzverfahren erhalten bleiben soll.

Zusätzliche Informationen

Der Pensions-Sicherungs-Verein VVaG (PSV): Die Bedeutung des PSV ist enorm. Das zeigen die Schadenssummen, die der PSV in der jüngeren Vergangenheit zu sichern hatte. Mitglieder des PSV sind die rund 95.000 beitragspflichtigen Arbeitgeber, die insolvenzsicherungspflichtige betriebliche Altersversorgung durchführen. Sie tragen das Schadensrisiko gemeinschaftlich und haben die finanziellen Mittel für die Insolvenzsicherung des PSV bereit zu stellen. Die Beiträge werden nach einem gesetzlich vorgesehenen Finanzierungsverfahren in Abhängigkeit vom Schadensvolumen erhoben. Großschäden führen daher zu erheblichen Schwankungen.
Autor: www.schultze-braun.de

Beratungsverzicht bei der Versicherungsvermittlung

OLG Nürnberg: Auch ein vorformulierter Beratungsverzicht kann wirksam sein! Ein Beratungsverzicht nach § 6 Abs. 3 VVG kann vorformuliert sein und muss nicht zwingend auf einem gesonderten Dokument erklärt werden.

Das Oberlandesgericht Nürnberg hat mit Beschluss vom 09. Januar 2025 (Az.: 8 U 1684/24) entschieden, dass ein Beratungsverzicht nach § 6 Abs. 3 VVG auch auf vorformulierten Formularen erfolgen darf, sofern er optisch deutlich hervorgehoben und eigenhändig unterschrieben ist. Ein gesondertes Dokument ist nicht erforderlich, um wirksam auf eine Beratung und ggf. auch auf die Dokumentation dieser Beratung zu verzichten.

Im entschiedenen Fall hatte der Kläger nach einem etwa 45-minütigen telefonischen Beratungsgespräch mit dem Versicherer ein Antragsformular für eine fondsgebundene Basis-Rentenversicherung (Rürup-Rente) erhalten.

Darin war die Option „Ich verzichte auf die Beratung“ bereits vorgedruckt und angekreuzt. Der Kläger unterschrieb diesen Beratungsverzicht eigenhändig. Später machte er Schadensersatz geltend, da er der Auffassung war, nicht ausreichend beraten worden zu sein und die Folgen seines Beratungsverzichts nicht richtig verstanden zu haben. Im Streit standen etwa 30.000 €. Die Versicherung verteidigte sich im Wesentlichen damit, dass der Kläger wirksam auf die Beratung verzichtet habe und daher denklogisch keinen Schadensersatzanspruch wegen einer fehlerhaften Beratung geltend machen könne.

Dieser Argumentation folgte das OLG Nürnberg. Das Gericht stellte klar, dass eine wirksame Verzichtserklärung gemäß § 6 Abs. 3 Satz 1 VVG nicht unbedingt auf einem separaten Dokument erfolgen muss. Vielmehr sei es ausreichend, wenn die Erklärung deutlich sichtbar gestaltet und vom Verbraucher bewusst und eigenhändig unterschrieben werde. Auch eine vorformulierte Erklärung sei zulässig, sofern der Verbraucher deutlich auf mögliche nachteilige Folgen hingewiesen werde. Laut dem OLG Nürnberg ist die Verzichtserklärung eine einseitige, empfangsbedürftige Willenserklärung, sodass eine sogenannte AGB-Kontrolle auch mit Blick auf § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB nicht in Betracht kommt. Nach dieser Vorschrift wären solche Formularklauseln unwirksam, die mit dem wesentlichen Grundgedanken der verbraucherschützenden Vorschriften des Versicherungsvertragsgesetzes VVG unvereinbar wären. Jedenfalls bei einem standardmäßigen Beratungs- und/oder Dokumentationsverzicht läge dieser Gedanke sehr nahe.

Allerdings wies das Gericht zugleich darauf hin, dass ein Beratungsverzicht nach § 138 Abs. 1 BGB sittenwidrig und damit unwirksam sein kann, wenn im Einzelfall ein klares Verhandlungsungleichgewicht zwischen Versicherer und Versicherungsnehmer besteht oder der Versicherer einen offensichtlichen, besonderen Beratungsbedarf hätte erkennen müssen. Allerdings ist dafür der Versicherungsnehmer darlegungs- und beweisbelastet, wozu der Kläger, in dem vom OLG Nürnberg entschiedenen Sachverhalt allerdings nichts Substanzielles vortrug.

„Ich schaue sehr kritisch auf die Entscheidung des OLG Nürnberg, weil der Fall im Wege eines Beschlusses nach § 522 ZPO entschieden und damit die Revision zum Bundesgerichtshof zumindest erschwert wurde. Die Tragweite dieser Entscheidung ist meines Erachtens so weitgehend, dass eine höchstrichterliche Überprüfung durch den BGH mehr als wünschenswert gewesen wäre. Denn diese Entscheidung lässt sich so auch auf den Beratungsverzicht für Vermittler gemäß § 61 Abs. 2 VVG übertragen und hat damit Auswirkungen auf die gesamte Branche“, so Fachanwalt für Versicherungsrecht Tobias Strübing von Wirth Rechtsanwälte in Berlin. „Gerade bei komplexen und erklärungsbedürftigen Produkten wie der fondsgebundenen Basis-Rentenversicherung besteht doch ein hoher Verbraucherschutz und mit Sicherheit sehr häufig auch ein hoher Beratungsbedarf. Die fehlende Möglichkeit einer höchstrichterlichen Klärung erschwert nun aber weiter eine einheitliche Rechtsprechung und lässt Verbraucher, Vermittler und Versicherer mit Rechtsunsicherheiten zurück.“
Autor: Fachanwalt für Versicherungsrecht Tobias Strübing,
www.wirth-rechtsanwaelte.com


Quelle: © Proxima Studio - AdobeStock.com

Alger American Asset Growth Fund A US

LU0070176184



2026
Platz 3 über 1 Jahr
Platz 1 über 3 Jahre

2025
Platz 1 über 1 Jahr
Platz 1 über 20 Jahre

2024
Platz 1 über 20 Jahre

Aktienfonds Nordamerika



NORAMCO

NORAMCO Deutschland GmbH · Nagelstr. 14 · D-54290 Trier
Tel. +49 (0) 651 - 97095 - 20 · www.noramco.de · invest@noramco.de

Diese Werbemitteilung dient ausschließlich Informationszwecken. Dies ist weder ein Angebot, eine Anlageberatung, noch eine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf einer Anlage. Performance der Vergangenheit ist keine Garantie oder Indikator für die zukünftige Entwicklung. Die Anlage unterliegt Schwankungen und ist dadurch mit Risiken verbunden. Das Investmentziel der Fonds ist langfristiger Vermögensaufbau. Es gibt keine Garantie, dass dieses Ziel erreicht werden kann. Bei Rückgabe kann der Preis für die Fondsanteile unter dem Wert der ursprünglichen Anlage liegen. Die allein gültigen Unterlagen der Fonds sind der Verkaufsprospekt, die Wesentlichen Anlegerinformationen sowie der Jahres- und Halbjahresbericht, die Sie kostenlos in deutscher Sprache bei NORAMCO oder unter www.noramco.de erhalten. Die Verwaltungsgesellschaft kann beschließen, die Vorkehrungen, die sie für den Vertrieb der Anteile ihrer Organismen für gemeinsame Anlagen getroffen hat, gemäß Artikel 93a der Richtlinie 2009/65/EG und Artikel 32a der Richtlinie 2011/61/EU aufzuheben. Die Performance wurde nach Abzug aller Kosten der Fonds unter Anwendung der BVI Methode berechnet.
€uro FundAwards 2026: Seit 2006 verleihen €uro und seine Schwesterpublikationen Börse Online und €uro am Sonntag die begehrten €uro FundAwards. Damit zeichnen wir die Fonds und ETFs aus, die über 1, 3, 5, 10 und 20 Jahre jeweils die beste, zweit- und drittbeste Wertentwicklung in ihrer Anlagekategorie erzielt haben. Für die 2026 zu vergebenden FundAwards stehen rund 22800 Fonds und ETFs zur Auswahl. Die Vergabe erfolgt dabei in 97 Anlageklassen und jeweils für die Zeiträume von 1 Jahr (5601 Fonds und ETFs), 3 Jahren (5464), 5 Jahren (5287), 10 Jahren (4508) und 20 Jahren (1953). Stichtag für die Bewertung war der 31. Dezember 2025. Anwärter auf einen FundAward sind Fonds und ETFs mit einem Volumen von mindestens 20 Millionen Euro und die von Privatanlegern bei Banken oder über die Börse problemlos gekauft werden können.