

Cash¹extra

Investieren
wie die Profis

Fondspolices

Neue Produktwelt:

Flexibel

Individuell

Transparent

DER MARKT-REPORT

Optimale Altersvorsorge – weniger
Garantien, mehr Sicherheit

DAS EXPERTEN-GESPRÄCH

Leistungsstarke Konzepte trotz
niedriger Zinsen

Cash.Extra **Fondspolices**
in Kooperation mit:



Maßstäbe / neu definiert



Fidelity™

Standard Life

ZURICH®

**Ihre Kunden möchten entspannt
an den Ruhestand denken.**

Altersvorsorge

Relax Rente



Stand: 02.2014

**Mit der Relax Rente Comfort von AXA bieten
Sie Ihren Kunden Sicherheit zu jedem Zeitpunkt
kombiniert mit Chancen auf Rendite.**

**Profitieren Sie von einer am
Markt einzigartigen Lösung:**

- Vertragsphasen-Konzept: automatisches Ausbalancieren der Kapitalanlage
- Vereint Sicherheit, Wertzuwachs und Renditechancen
- Sichert die lebenslange Versorgung Ihrer Kunden



**Jetzt informieren unter
www.AXA-Makler.de**

Maßstäbe / **neu definiert**



Marktwende erwartet

Die Fondspolice wartet seit einigen Jahren auf ihren Durchbruch. An vielen Stellschrauben wurde in der Vergangenheit bereits gedreht, um das Produkt Anlegern schmackhaft zu machen. Vergeblich. Dabei sind Versicherungsmakler schon länger von der fondsgebundenen Versicherung als optimales Instrument zur Altersvorsorge überzeugt. Ein flächendeckender Absatzerfolg der Fondspolice ist dennoch bis dato ausgeblieben.

Vielfache Argumente in der Vergangenheit: Zu teuer, nicht transparent genug oder schlicht und ergreifend die

Kontakt zur Chefredaktion

milewski@cash-online.de
Tel.: +49 (0)40/51444-136



schlechte Entwicklung an den Kapitalmärkten wurde dafür verantwortlich gemacht, dass ein nachhaltiger Erfolg des Produktes verhindert wurde.

Damit soll nun Schluss sein. Die Branche will der-

lei Kritik endgültig den Boden entziehen und arbeitet akribisch an neuen Konzepten. Anleger sollen künftig davon überzeugt werden, sich nicht so sehr auf teure Garantien zu fokussieren, sondern vielmehr auf sicher-

heitsorientierte Investmentkonzepte umzusteigen. Dazu feilen die Versicherer an Konstrukten, die zwischen der klassischen Lebensversicherung und der puren Fondspolice angesiedelt sind. Erste Produkte dieser Art gibt es bereits, weitere werden mit großer Wahrscheinlichkeit folgen.

Wesentlicher Bestandteil der neuen Produktwelt dürfte eine Anlageform sein, die bereits – volatiler Märkte sei dank – längere Zeit auf Erfolg zugeworfen ist. Vermögensverwaltende Fonds beziehungsweise Multi-Asset-Produkte halten immer nachdrücklicher Einzug in die Fondspolice-Offerten. Einige Versicherer setzen dabei auf individuell zusammengestellte Strategie-Depots, die je nach Risikobereitschaft, dem Anleger einen echten Mehrwert bieten sollen.

Befeuert wird diese intensive Beschäftigung mit dem Produkt Fondspolice seitens der Versicherer auch durch externe Einflüsse. Denn die anhaltende Niedrigzinsphase macht der klassischen Lebensversicherung das Dasein zunehmend schwer. Das Gleiche gilt für die zu erwartende, nochmalige Absenkung des Garantiezinses im kommenden Jahr. Gleichzeitig – und durchaus überraschend – fungierte unlängst die BaFin als Impulsgeber, als ihre Präsidentin Elke König die Versicherungsbranche mehr als eindringlich zum Handeln aufforderte, um ihre Existenz zu sichern.

Selten waren die Rahmenbedingungen für die Fondspolice so positiv wie derzeit. Versicherer und Vertriebe – aber auch die Anleger – sollten sie nutzen.

Frank O. Milewski, Chefredakteur



Impressum

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:

Frank O. Milewski

Das Cash.Extra Fondspolice erscheint als Beilage im Cash.Magazin. Der Nachdruck ist nur mit Genehmigung des Verlags gestattet.

Anzeigen: Cash.Print GmbH, Hamburg

Vorstufe und Druck: Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG, Kassel

Fotos: Anne-Lena Cordts, Stefan Malzkorn, Unternehmen
Stand: April 2014

Aus dem Inhalt

4 Titelstory: Sicherheit statt Garantie

Die Branche arbeitet verstärkt an Produkten, die sich von teuren Garantien verabschieden und sicherheitsorientierte Konzepte bieten.

8 Roundtable-Gespräch

Angesichts der Niedrigzinsphase erwarten viele Versicherer den baldigen Durchbruch für die Fondspolice. Künftige Herausforderungen des Marktes in der Diskussion.

Sicherheit statt Garantie

FONDSPOLICEN Die Finanzaufsicht in Deutschland ruft die Assekuranz dazu auf, neue Versicherungslösungen für die Altersvorsorge zu entwickeln. Die Branche hat reagiert und arbeitet verstärkt an fondsgebundenen Produkten. Das Ziel: Kunden sollen sich von teuren Garantien lösen und auf sicherheitsorientierte Investmentkonzepte umsteigen – dazu bedarf es noch Überzeugungsarbeit.

Schon seit Jahren blühen die Erwartungen an die Fondspolice immer wieder neu auf, doch der Durchbruch muss immer wieder vertagt werden. In diesem Frühjahr wiederholt sich das Schauspiel, vielleicht endlich mit positiven Ausgang? Nach Einschätzung der Ratingagentur Assekurata deckt sich die allgemeine Geschäftserwartung der Lebensversicherer für 2014 mit der von 2013. Abweichungen gibt es – wie sollte es anders sein – im fondsgebundenen Geschäft: Hier liegt die Wachstumserwartung für 2014 oberhalb der tatsächlichen Geschäftslage vom Dezember 2013.

Doch vieles deutet darauf hin, dass 2013 abermals kein berauschendes Jahr für Altersvorsorgeprodukte mit Fondsbindung war. So kommt die Marktstudie „Fondspolice-Report 2014“ des Münchener Analysehauses FinanzResearch zu dem Ergebnis, dass das Geschäft bei den meisten deutschen Lebensversicherern – von ganz wenigen Anbietern abgesehen –

„offenbar sehr mäßig“ gewesen sei. Ein Halten der Position werde demzufolge von vielen Gesellschaften schon als Erfolg angesehen. Nach Ansicht der FinanzResearch-Analysten warte die Branche nun mit Spannung darauf, dass Vermittler und Kunden das Produkt „wieder neu entdecken“.

Neue Lösungen sind gefragt

Man kann der Versicherungswirtschaft nicht vorwerfen, dass sie nichts unternehme, um den Entdeckergeist von Vermittlern und Kunden zu befördern – zumal sie von höchster Stelle ausdrücklich dazu ermuntert wird.

So rief Elke König, Präsidentin der Finanzaufsichtsbehörde BaFin, die Versicherer Anfang des Jahres dazu auf, „intelligente, ausgewogene Lösungen“ auf den Markt zu bringen, die den Kunden die nötige Sicherheit für die Altersvorsorge geben und „im Rahmen des Möglichen“ verständlich seien. „Die ersten Schritte in diese Richtung haben wir schon gesehen“, lobte König und schob eine nur leicht

entschärfte Warnung hinterher: „Ich kann die Unternehmen nur ermutigen, auf diesem Weg weiterzugehen, denn es geht um ihre Zukunft.“

Bei den meisten Unternehmen wird der Appell der obersten Finanzaufseherin wohlwollend aufgenommen. Zum Beispiel beim Versicherer Axa in Köln. „Die Branche sucht seit Beginn der Finanzmarktkrise verstärkt nach Lösungen, die intelligente Möglichkeiten zur Ausfinanzierung der Versorgungslücke bieten“, sagt Dr. Patrick Dahmen, der im Axa-Vorstand für das Geschäftsfeld Vorsorge verantwortlich ist. Es gehe es darum, dem Kunden „in Zeiten niedriger Zinsen eine bezahlbare Altersvorsorge zu ermöglichen“, so Dahmen.

Doch die Niedrigzinsphase stellt nicht nur die Sparer vor Probleme, sondern vor allem die Lebensversicherer selbst. Denn viele ihrer Kunden haben Anspruch auf eine deutlich höhere Verzinsung, als die Unternehmen aktuell an den Kapitalmärkten erwirtschaften können. Teilweise hat die Branche Zinsgarantien von bis zu vier Prozent über Jahrzehnte ausgesprochen. Große Anbieter wie die Allianz, die Ergo – und zuletzt die Axa – haben inzwischen auf die missliche Situation reagiert und Produkte entwickelt, die anders als die klassische Lebensversicherung keinen festen Garantiezins von derzeit 1,75 Prozent versprechen. Die Versicherer bemühen sich allerdings darum, den Paradigmenwechsel in der Altersvorsorge weniger mit innerbetrieblichen Anforderungen zu

Niedriges Zinsniveau als Chance für fondsgebundene Produkte

Magere Kapitalmarkt- und Garantiezinsen nützen der Fondspolice, so die Ansicht vieler Versicherungsmakler (Durchschnittswerte auf einer Skala von 1 bis 10).

Welche aktuellen Faktoren treiben die Nachfrage nach Fondspolice?	
Niedriges Zinsniveau	7,4
Absenkungen der Garantiezinsen in den letzten Jahren	7,1
Angst vor Inflation	6,6
Vertrauensverlust in Banken	5,9
Vertrauensverlust in den Euro	5,9
Entwicklung des Immobilienmarktes	5,2

Quelle: Maklermanagement.ag



Jochen Ruß, ifa: „Es wird immer wichtiger, dass nicht erklärt wird, wie ein Produkt gebaut ist, sondern wie es wirkt.“

erklären, sondern vielmehr mit einer veränderten Kundensicht. „Die anhaltenden Niedrigzinsen sorgen dafür, dass klassische Versicherungsprodukte für den Kunden immer unattraktiver werden. Ich bin mir sicher, dass die Diskussion um eine weitere Absenkung des Garantiezinses diese Entwicklung sogar noch weiter verstärken wird“, sagt Dr. Claus Mischler, Leiter der Produktentwicklung bei Standard Life in Deutschland.

Erst kürzlich hat sich die Deutsche Aktuarvereinigung (DAV) dafür ausgesprochen, den Garantiezins in der Lebensversicherung zum 1. Januar 2015 um 0,5 Prozentpunkte auf 1,25 Prozent zu senken. Die Versicherungsmathematiker begründen dies mit der „unveränderten Niedrigzinsphase“ im Euroraum. Ob es tatsächlich dazu kommen wird, entscheidet das Bundesfinanzministerium. Doch kaum ein Versicherungsmanager zweifelt daran: Laut einer aktuellen Assekurata-Umfrage unter 49 Gesellschaften gehen 92 Prozent der Befragten von einem künftigen Garantiezins von 1,25 Prozent aus.

Grenzen werden fließender

Wie stark Fondspolizen von diesem Schritt profitieren würden, bleibt abzuwarten. So hält der Vorsorge-Experte Professor Dr. Jochen Ruß einen Abgang auf die klassische Lebensversicherung für verfrüht. „Aufgrund von diversen Glättungsmechanismen im Rahmen der kollektiven Kapitalanlage bieten klassische Versicherungen ein interessantes Verhältnis von Rendite zu Risiko. Sie bleiben daher für risikoscheue Kunden interessant“, betont der Geschäftsführer des Instituts für Finanz- und Aktuarwissenschaften (ifa) in Ulm.

Gleichwohl ist Ruß der Ansicht, dass die Branche „auf eine eventuelle Rechnungszinssenkung“ reagieren müsse. „Viele klassische Produkte werden daher künftig modifiziert werden“, prognostiziert der Forscher.

Es spricht viel dafür, dass sich Ruß These bewahrheitet. Denn schon heute ist zu beobachten, dass die Grenzen zwischen klassischen Policen und Fondspolicen fließender werden. So hat die Axa zu Jahresbeginn eine neue Altersvorsorgelösung präsentiert, die sich zwischen „Klassik“ und reiner Fondspolice ansiedelt. Bei der sogenannten Relax Rente handelt es sich um eine fondsgebundene Police mit Garantien, die über alle Altersvorsorgeschichten angeboten wird (Rürup-, Riester-, Privat- und Betriebsrente). Die Garantie beschränkt sich dabei nur noch auf die eingezahlten Beiträge und sieht vor, dass der Kunde seinen Vertrag bis zum Ende durchhält.

Dass die Relax Rente der Axa aus drei Varianten (Comfort, Classic, Chance) und drei Bausteinen (Garantie, Wertzuwachs, Rendite) besteht, hat die Kritiker auf den Plan gerufen. So heißt es vor allem von Verbraucherschützern, dass das Produkt überfrachtet sei und somit die Gefahr bestehe, dass die Kunden das Konzept nicht mehr nachvollziehen können.

Einfache Produkte gewünscht

Patrick Dahmen widerspricht: „Wir kennen diese Kritik, unsere Vermittler geben uns aus ihren Kundengesprächen allerdings andere Rückmeldungen. Für Kunden ergeben sich die Fragestellungen, die Fachleute mit einem Vergleich oder einer Untersuchung der unterschiedlichen Modelle aufwerfen, meist gar nicht.“ Auch eine klassische Lebens- oder Rentenversicherung werde von Kunden „nicht in ihrer gesamten komplexen Funktionsweise“ hinterfragt. Entscheidend sei, so Dahmen, dass der Berater das Produkt kenne und dieses dem Kunden nachvollziehbar erklären könne.

Claus Mischler von Standard Life gibt zu bedenken, dass in den vergangenen Jahren sehr viele Produkte mit unterschiedlichsten Anlage- und Garantiekonzepten auf den Markt ge-



BaFin-Präsidentin Elke König fordert Erfindergeist von den Versicherern.

kommen seien. „Dies macht es für den Kunden mit Sicherheit nicht einfach, die Produkte zu verstehen und sie miteinander zu vergleichen. Aus meiner Sicht sollte er hier einen unabhängigen Berater konsultieren. Ich bin davon überzeugt, dass es den qualifizierten Maklern gelingt, den Überblick zu behalten und ihren Kunden das passende Produkt zu empfehlen.“

Dabei sollten die Produktgeber nicht den Fehler machen, die Komplexitätsschraube zu fest anzuziehen: So ergab die repräsentative Umfrage „Maklertrendstudie 2013/2014“ der Maklermanagement.ag, dass neun von zehn Makler (89 Prozent) auf eine einfache und verständliche Darstellung des Garantiemodells achten, bevor sie dieses ihren Kunden empfehlen.

Nach Meinung von Wissenschaftler Ruß birgt die zunehmende Experimentierfreude der Versicherer eine immense Herausforderung: „Produktvielfalt ist natürlich begrüßenswert, erhöht aber auch die Komplexität. Daher wird es immer wichtiger, dass nicht erklärt wird, wie ein Produkt gebaut ist, sondern wie es wirkt.“ Risikoklassen könnten dabei eine sinnvolle Orientierung ermöglichen, so Ruß.

Auf die Produktkonstrukteure dürfte demächst wieder neue Arbeit zukommen. Dies gilt für jene Häuser, die auf sogenannte dynamische Drei-Topf-Hybridmodelle setzen. Bei diesen Produkten handelt es sich um eine Mischung aus fondsgebundenem und klassischem Produkt. Die Beiträge der Kunden werden hier auf drei „Töpfe“ verteilt: Deckungsstock, Wertsicherungsfonds und Investmentfonds. Die monatliche Neuverteilung orientiert sich an der Kapitalmarktentwicklung und der restlichen Vertragslaufzeit. Der monatliche Wertverlust der Drei-Topf-Hybride darf maximal 20 Prozent betragen.

Deckungsstock unter Druck

Im Falle eines Börsenabschwungs wird ein Großteil des Guthabens in den Deckungsstock zu den Konditionen einer klassischen Rentenversicherung verzinst. Bislang beträgt die Verzinsung 1,75 Prozent – doch damit ist es wohl bald vorbei, sodass den Produkten ein Verlust ihrer Attraktivität droht: Sollte es zu einer Rechnungszinsabsenkung zum 1. Januar 2015 kommen, müssten diese Produkte „modifiziert werden, damit sie nach der Absenkung noch funktionieren“, sagt ifa-Experte Ruß.

Die Zurich Versicherung wirbt bereits für alternative Lösungen: „Absenkungen des Höchstrechnungszinses haben grundsätzlich keine Auswirkungen auf Produkte, die während der Ansparphase zu keiner Zeit in den Deckungsstock investieren“, sagt Frank Trapp, Leiter Produktmanagement Leben bei Zurich in Deutschland. „Bei unseren fondsgebundenen Versicherungslösungen der Premium-Produktfamilie orientiert sich die Garantierzeugung am aktuellen Kapitalmarktzins und ist damit unabhängig vom Höchstrechnungszins“, so Trapp. Ob sich die Kunden darauf einlassen, wird die Zeit zeigen. ■

Lorenz Klein, Cash.

Dr. Patrick Dahmen und Wolfgang Hanssmann, Axa Lebensversicherung

Renditechancen mit Sicherheitsnetz: Flexibel für das Alter vorsorgen

Die Niedrigzinspolitik der Euro-Staaten geht zunehmend zulasten derjenigen, die für ihr Alter vorsorgen und stellt die bisherigen Vorsorge-Modelle vor eine Belastungsprobe. Ein neues Produkt bietet jetzt Alternativen zu den herkömmlichen Angeboten: Die Relax Rente von AXA – eine flexible fondsgebundene Police mit Garantien.

Drei kombinierbare Bausteine bilden die Grundlage: Eine Garantikomponente stellt zum Rentenbeginn mindestens die eingezahlten Beiträge sicher – über das Sicherungsvermögen der AXA

Lebensversicherung. Bei positiven Entwicklungen des Vertragsvermögens wird die Garantie der eingezahlten Beiträge sogar automatisch schrittweise erhöht. Mit dem Baustein Rendite kann in Investmentfonds investiert werden. Und mit einem Wertzuwachs ist der Kunde über einen Index direkt an den Aktienkursen der 50 führenden Unternehmen



Dr. Patrick Dahmen

in Europa beteiligt. Bei heftigen Kursbewegungen wird diese Beteiligung reduziert, in ruhigen Marktphasen mit steigenden Kursen erhöht.

Um unterschiedliche Risikoneigungen bedienen zu können, gibt es die Relax Rente in drei Varianten. Die Relax Rente **Classic** bietet sich an für alle, denen die Sicherheit ihrer Altersvorsorge am wichtigsten ist. Sie bedient nur die Bausteine Garantie und Wertzuwachs: Jeder Wertzuwachs, den der Kunde innerhalb eines Indexjahres erzielt, wird dem Vertragsvermögen gutgeschrieben. Das bedeutet, dass die jährlichen Gewinne von Beginn an zu 100 Prozent gesichert sind.

Die Variante **Chance** spricht Kunden mit höherer Risikobereitschaft an, die längere Anlagezeiträume wählen möchten. Hier nimmt der Teil des Vertragsvermögens, der nicht zur Garantiedarstellung benötigt wird, an Indexparti-

zipation und Fondsanlage teil. In jedem Fall stehen zum Ende der Laufzeit wieder mindestens die gezahlten Beiträge zur Verfügung.

„Wartungsfreie“ Altersvorsorge

Grundlegend neu ist die Variante **Comfort**: Sie folgt konsequent dem Anlagegrundsatz, dass die Chancen am Kapitalmarkt umso stärker genutzt werden sollten, je weiter der Rentenbeginn des Kunden noch entfernt ist. „Daher investieren wir zu Laufzeit-Beginn renditeorientierter“, erklärt AXA-Vorstand Dr. Patrick Dahmen, der das Vorsorge-Ressort verantwortet. Mit fortschreitender Laufzeit werden Kapitalmarktgewinne dann durch Überführung in das Sicherungsvermögen abgesichert.

Der Übergang von Rendite auf Sicherheit funktioniert, indem zu jedem Indexstichtag das Vertragsvermögen neu aufgeteilt wird – mit jedem Vertragsphasenwechsel wird die Fondsanlage reduziert und das Sicherungsvermögen erhöht.

Die Relax Rente passt sich so laufend an die Lebensumstände des Kunden an – Sicherheitskomponente und Renditechance sind während der gesamten Vertragslaufzeit stets optimal ausbalanciert.

Die Relax Rente hat AXA in enger Abstimmung mit Vertriebspartnern entwickelt. Dabei ging es darum, Beratungsansätze für unterschiedliche Kundengruppen zu definieren und den Beratungsprozess zu optimieren. „Darüber hinaus zeigen wir auf, wie sich die Ablaufleistung unseres Produktes in unterschiedlichen Kapitalmarktszenarien entwickelt“, ergänzt AXA-Vertriebsvorstand Wolfgang Hanssmann. Online-Tools unterstützen im Kundengespräch, indem sie die Risikoneigung des Kunden ermitteln und eine passende Produktempfehlung filtern. Auf einer bundesweiten Roadshow stellt AXA ab Mai Maklerpartnern dieses Tool detailliert vor.



Wolfgang Hanssmann



Claus Mischler, Standard Life: „In unserem Haus sehen wir einen stetigen Zuwachs im fondsgebundenen Bereich.“



Markus Willmes, Axa: „Die Branche und auch wir arbeiten derzeit intensiv an ausgewogenen Lösungen.“

„Das Bestehende immer wieder hinterfragen“

ROUNDTABLE Angesichts der Niedrigzinsphase erwarten Versicherer den baldigen Durchbruch der Fondspolice. Mit Branchenvertretern diskutierte Cash. über künftige Lösungen in einem herausfordernden Marktumfeld.

Vieles deutet darauf hin, dass der Absatz von Fondspolices in Deutschland auch im Jahr 2013 recht verhalten ausfiel. Wie bewerten Sie die gegenwärtige Marktlage? Liegt die Wende schon in Reichweite?

Mischler: Die Branche steht am Beginn einer Trendwende. Einzelunternehmen haben diese auch schon geschafft: In unserem Haus sehen wir seit 2012 einen stetigen Zuwachs im fondsgebundenen Bereich. Ich bin fest davon überzeugt, dass der Markt nachlegen wird – die Negativbotschaften, die wir hinsichtlich der konventionellen Versicherung hören, werden dazu führen, dass sich der Kunde und der Makler verstärkt überlegen, welche alternativen Vorsorgeformen infrage kommen.

Trapp: Nach wie vor ist das Marktumfeld herausfordernd, es bietet aber eine sehr gute Ausgangslage für Fondspolices. Im Bereich der fondsgebundenen Versicherungen spüren wir zwar im Markt noch die Nachwehen der Finanzkrise und die Verunsicherung der Kunden gegenüber kapitalmarktnahen Produkten. Angesichts der Niedrigzinsphase wird aber kein Weg an fondsgebundenen Lösungen vorbeigehen, wenn der Kunde eine einigermaßen akzeptable Rendite für seine Altersversorgung anstrebt. Von daher: Das Jahr 2013 war nicht einfach, aber wir sind optimistisch für 2014.

Sollte die Garantieverzinsung zum 1. Januar 2015 von 1,75 Prozent auf 1,25 Prozent fallen, verliert die klassische

Lebensversicherung ein wichtiges Verkaufsargument. Kann die Fondspolice im Gegenzug davon profitieren?

Willmes: Die Garantie ist mit Sicherheit ein wichtiges Verkaufsargument für die Klassik. Gleichwohl wird der eigentliche Vorteil der konventionellen Lebensversicherung zu wenig herausgestellt: der Ausgleich in der Zeit und im Kollektiv. Diesen Vorteil kann ein Asset Manager nicht so einfach kopieren. Daher bleibt das klassische Produkt auch nach einer Absenkung des Garantiezinses in unserem Portfolio. In unserer neuen RelaxRente versuchen wir, die unterschiedlichen Ansätze miteinander zu kombinieren: Das Sicherungsvermögen der Axa-Lebensversicherung – gewissermaßen der gute alte



Claude Hellers, Fidelity: „Wir konzentrieren uns verstärkt auf die Weiterbildung von Beratern.“



Frank Trapp, Zurich: „Eine Absenkung des Garantiezinses macht die Fondspolice attraktiver.“

Deckungsstock – zusammen mit einer Fondsanlage und einer Indexpartizipation. Diese Kombination ist ein Kundenmehrwert und diesen Gedanken werden wir weiterentwickeln.

Hellers: Der Appetit der Kunden, in Produkte zu investieren, die eventuell mehr Risiko bei potenziell mehr Ertrag bedeuten, ist derzeit nicht sehr groß. Laut Deutschem Aktieninstitut nimmt die Zahl der Besitzer von Aktien und Aktienfonds beständig ab. Vor diesem Hintergrund hat es natürlich auch eine Fondspolice nicht leicht. Dabei bietet die Lebensversicherung mit ihrem langfristigen Ansatz bei monatlichen Sparraten die besten Voraussetzungen für eine Anlage in Aktien.

Trapp: Noch ist die Absenkung ja nicht beschlossen. Sollte sie allerdings wie geplant kommen, sehen wir uns gut aufgestellt. Bei unseren fondsgebundenen Versicherungslösungen – der Premium-Produktfamilie – wird die Beitragsgarantie zum Abruftermin auf Basis des aktuellen Kapitalmarktzins erzeugt. Das heißt, eine mögliche Absenkung des Höchstrechnungszinses hat keine Auswirkungen auf die Kapitalanlage bis zur Rentenzahlung unserer Produkte. Die Beiträge werden

während der Ansparphase zu keiner Zeit in den Deckungsstock investiert. Und ja: Eine Absenkung des Garantiezinses macht die Fondspolice noch attraktiver im Vergleich zu konventionellen Produkten, welche durch eine Absenkung weniger Garantie bieten können als bisher.

Das Konsumklima in Deutschland liegt laut dem Marktforschungsunternehmen GfK auf einem Sieben-Jahres-Hoch. Einhergehend blieb die Sparneigung auf ihrem extrem niedrigen Niveau. Wie gehen Sie mit dieser Situation um?

Mischler: Einerseits ist dies ein gutes Zeichen, denn ein steigender Konsum bedeutet eine steigende Wirtschaftsleistung. Ein Teil des Konsums erfolgt allerdings nur deshalb, weil es den Kunden an Vertrauen und an Alternativen zu den bestehenden

Vorsorgelösungen fehlt: Ein Festzinskonto bietet kaum noch Ertrag und die Versicherungslösungen haben einen eher schlechten Ruf. Es liegt nun in der Verantwortung unserer Branche, gegenzusteuern und dem Kunden gute alternative Investmentlösungen anzubieten.

Willmes: Ich glaube, wir haben es noch nicht geschafft, das Thema private Rentenversicherung so zu platzieren, wie wir es müssten. Denn eigentlich ist sie ein Produkt, das jeder braucht, dem aber heute viele skeptisch gegenüberstehen. Zudem handelt es sich dabei um eine Art der Absicherung, die häufig falsch eingeschätzt wird. Denn das Thema Langlebigkeit ist ein signifikantes und diesen Gedanken haben wir nicht stark genug platziert – da müssen wir ein bisschen selbstkritisch sein.

Hellers: Ein Thema für uns alle hier am Tisch wird sein, die Leute darauf zu stoßen, dass es in ihrem Sinne ist, private Vorsorge zu betreiben. Und da können die Fondspolice ein gutes Instrument sein. Das Hauptproblem ist allerdings, dass die Menschen noch nicht erkannt haben,

Die Teilnehmer des Roundtable

- Markus Willmes, Leiter Vorsorge-Produktmanagement Axa
- Claude Hellers, Leiter Vertrieb Fidelity
- Dr. Claus Mischler, Leiter Produktentwicklung Standard Life
- Frank Trapp, Leiter Produktmanagement Leben Zurich

Fortsetzung auf Seite 12

Claude Hellers, Leiter Retail- und Wholesale-Vertrieb bei Fidelity Worldwide Investment in Deutschland

Fondspolices – das hässliche Entlein hat das Zeug zum stolzen Schwan

Nur eine Jahrhundertreform hätte das grundlegendste Problem des deutschen Altersversorgungssystems adressieren können: Die Tatsache, dass die rein umlagefinanzierte gesetzliche Rentenversicherung aufgrund der demografischen Entwicklung zunehmend in Finanznöte kommen wird. Über Generationen wird den immer länger lebenden „Alten“ mehr versprochen, als die schrumpfende Anzahl der „Jungen“ schultern kann. Die „Generationschere“ zwischen Jung und Alt geht damit immer weiter auseinander.

Was bedeutet das für die Menschen in Deutschland? Sie müssen unbedingt selbst finanziell vorsorgen. Die Wahl fällt dabei nicht selten auf Kapitallebens- und Rentenversicherungen. Für Versicherer und Berater bedeutet die Beliebtheit dieser Produkte eine große Verantwortung. Die gesellschaftliche Verantwortung, Produkte anzubieten, die langfristig eine positive reale Rendite erwirtschaften und somit dazu beitragen, den Lebensstandard eines großen Teils der Bevölkerung im Alter zu sichern.

Dabei hat das starke Auf und Ab an den Kapitalmärkten nicht gerade dazu geführt, dass – alternativ zu Kapitallebensversicherungen – Fondspolices in letzter Zeit der Renner im Vertrieb waren. Sie waren so etwas wie das hässliche Entlein unter den Lebens- und Rentenversicherungsverträgen. Anleger sind gegenüber Sachwerten, wie Aktien, zurückhaltend. Gerade eben erst hat das Deutsche Aktieninstitut Zahlen veröffentlicht, die belegen, dass immer weniger Menschen in Deutschland Aktien und Aktienfonds besitzen. Derzeit sind das hierzulande nur noch 8,9 Millionen Anleger. Die Skepsis der Deutschen beim Thema Aktien hat sich auch mehr als fünf Jahre nach Beginn der Finanzkrise nicht wesentlich geändert. Fondsgebundene Versicherungen sind da leider keine Ausnahme.

Und selbst die Tatsache, dass die Aktienindizes weltweit längst wieder aufgeholt und einige zwischenzeitlich sogar neue historische Höchststände erreicht haben, hat an der Zurückhaltung der Privatanleger bezüglich Aktien nicht so stark rütteln können, wie viele gehofft haben. Dabei sind die Unternehmensgewinne stabil und die Kurs-Gewinn-Verhältnisse in vielen Regionen der Welt noch immer günstig. Dennoch schrecken viele Anleger vor einer Geldanlage oder Altersvorsorge auf Basis von Investmentfonds zurück. Die Furcht vor hohen Kurs-

schwankungen ist größer als die Einsicht, im aktuellen Niedrigzinsumfeld mit vielen festverzinslichen Anlagen nach Abzug der Inflation real Geld zu verlieren.

Aktien sind ein Altersvorsorgeprodukt

Es hilft aber nichts: Anleger, die bisher auf die Stabilität ihrer festverzinslichen Anlagen vertraut haben, sind gezwungen umzudenken. Längst ist absehbar, dass der Kampf gegen ausufernde Staatsschulden auch in Zukunft ein Dauerthema sein wird. Die politisch gewollte Niedrigzinsphase wird anhalten, der Kaufkraftverlust auf mittlere Sicht voraussichtlich höher sein als die Zinserträge, die solide Staatsanleihen abwerfen.

Bei einem langfristigen Anlagehorizont sind Aktienfonds, beziehungsweise aktienbasierte Anlageprodukte, eine sehr gute Investmentalternative. Sie haben das Potenzial, auch im Vertrieb wieder zu einem stolzen Schwan zu werden. Denn die Risiken von fondsgebundenen Produkten werden bei den zumeist langen Laufzeiten von Versicherungspolices überbewertet: Zwar müssen Anleger bei Aktien auch zwischenzeitliche Verlustphasen ertragen können, aber historisch betrachtet hat sich keine andere Anlageklasse langfristig besser entwickelt als Aktien. Für Sparer, die noch relativ weit vom Renteneintritt entfernt sind, sind Aktienfonds für die Altersvorsorge daher sehr gut geeignet. Der Fidelity European Growth Fund ist dafür ein gutes Beispiel: Seit Auflegung im Oktober 1990 bis Ende 2013 ist sein Wert um 826 Prozent gestiegen, was einer durchschnittlichen jährlichen Wertentwicklung von 10,0 Prozent entspricht. Damit hat er den Vergleichsindex FTSE World Europe deutlich hinter sich gelassen, der seit Oktober 1990 lediglich um 641 Prozent (9,0 Prozent jährlich) zugelegt hat. Aus gutem Grund ist der Fidelity European Growth Fonds daher in diesem Jahr zum achten Mal in Folge der am häufigsten gewählte Fonds in Fondspolices deutscher Lebensversicherer.

Portfoliolösungen neben Einzelfonds

Fondspolices besitzen für Versicherer auch unter Solvency-II-Gesichtspunkten ein großes Potenzial. Denn bei fondsgebundenen Produkten sind die Gesellschaften nicht für die Anlage zuständig, der Kunde trifft die Anlageentscheidung mit ihren Chancen und Risiken. Dabei ist in der Produktlandschaft ein Trend absehbar: Künftig



Claude Hellers sieht große Chancen für flexibel anpassbare Fondspolizen.

wird es bei Fondspolizen ein Nebeneinander von Portfoliolösungen und von Einzelfonds geben. Versicherer können so besser auf die unterschiedlichen Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen. Als Ergänzung zum bisherigen Angebot werden künftig Produkte mit einzelnen, wählbaren Modulen angeboten werden, die individuell für Kunden zugeschnitten werden können. Kunden werden mit ihren Beratern immer differenzierter entscheiden, welche Module sie in welcher Gewichtung wählen wol-

len. Schon heute haben die Anbieter auf den Wunsch der Anleger nach mehr Flexibilität reagiert. Gute fondsgebundene Produkte bieten die Möglichkeit, die Kapitalanlage jederzeit flexibel an die aktuelle Lebenssituation und das jeweilige Sicherheitsbedürfnis anzupassen. Wir sehen eine große Chance der Zusammenarbeit zwischen Lebensversicherer und Fondsgesellschaft, um die vorhandenen Lösungen noch weiter zu entwickeln. Hier ist Fidelity in der Lage, Lösungen und Know-how anzubieten, mit denen die Versicherer ihre hauseigene Expertise ergänzen können. Es geht um bedarfsgerechte und gleichzeitig relativ leicht verständliche – und damit von Beratern gezielter platzierbare – Anlageprodukte.

Vertriebspartner praxisnah unterstützen

Der individuellen und kompetenten Beratung kommt in diesem Zusammenhang eine immer größer werdende Bedeutung zu. Produktanbieter und Berater sind gemeinsam in der Pflicht, auf die Gefahren und Chancen der andauernden Phase der Niedrigzinspolitik für die Altersvorsorge hinzuweisen. Fidelity unterstützt seine Vertriebspartner mit praxisnahem Know-how, Schulungen und Beratungsunterla-

gen darin, Anlegern und Vorsorgesparern die Produkte und das Potenzial einer fondsgebundenen Police zu erklären. Wenn ich zu Hause ein Regal zusammenbaue, nutze ich ja auch sehr gerne die Gebrauchsanweisung dazu – bei Finanzprodukten ist das nicht anders. Das bedeutet aber auch, dass auf Kundenseite ebenfalls kein Weg daran vorbei führen wird, sich mehr mit Finanzthemen und dem eigenen Vermögen zu beschäftigen. Denn es gilt: Vermögen heißt Verantwortung.

Fakten zum Unternehmen:

Fidelity Worldwide Investment verfolgt ein klares Ziel: Mit herausragenden Investmentlösungen und ausgezeichnetem Service wollen wir unseren Kunden helfen, ihre finanziellen Ziele zu erreichen. Mit Assets under Management von weltweit 197,4 Mrd. Euro und Assets under Administration von 53,1 Mrd. Euro bietet Fidelity aktiv gemanagte Anlagelösungen, die alle Regionen, Branchen und Anlageklassen abdecken. Mit unseren rund 400 Fondsmanagern und Anlageexperten rund um den Globus verfügen wir über ein einzigartiges Research Netzwerk. Dabei gehen die Fondsmanager und Analysten nach unserem erprobten Ansatz der Einzelwertanalyse, dem Bottom-up-Ansatz, vor. Fidelity befindet sich seit seiner Gründung im Jahr 1969 im Privatbesitz. In Deutschland ist Fidelity seit 1992 tätig und vereint unter seinem Dach einen der führenden Asset Manager und mit der FFB eine der größten unabhängigen Fondsplattformen.

Kontakt: Kastanienhöhe 1 · 611476 Kronberg im Taunus · **Tel.:** 06173 509 2000 · **E-Mail:** salesdesk@fil.com · **Internet:** www.fidelity.de

Fortsetzung von Seite 9

welche Bedürfnisse sie einmal im Alter haben könnten. Ich glaube, es wird ihnen über die nächsten Jahre mehr und mehr ins Bewusstsein kommen, dass sie da noch zusätzlich etwas tun sollten.

Trapp: Auch wir spüren – angesichts einer momentan guten Wirtschaftslage – die sinkende Bereitschaft der Menschen, längerfristigen Konsumverzicht zu üben und tatsächlich privat für das Alter vorzusorgen. Angesichts der weiter fortschreitenden Alterung der deutschen Bevölkerung wird es jedoch ein böses Erwachen für viele geben, sollte sich das nicht ändern. Wir werden nicht müde, ungeachtet aller Trends und Stimmungen auf diese Fakten, insbesondere die steigende Altersvorsorgelücke, hinzuweisen. Wir sind sicher, dass sich hier Hartnäckigkeit auszahlen wird.

Trapp: Die Branche ist derzeit im Aufbruch und sucht nach neuen Ansätzen insbesondere mit alternativen Garantien. Wir bei Zurich haben schon im Jahr 2007 einen Weg eingeschlagen: Gemeinsam mit unserem Partner DWS haben wir das Garantiemodell individuelle Constant Proportion Portfolio Insurance entwickelt. I-CPPI ist eine innovative Absicherungsstrategie, bei der tagesaktuell je nach Marktlage zwischen risikoreicheren Anlageklassen und risikoärmeren, auf Kapitalerhalt ausgerichteten Anlageklassen umgeschichtet wird. Das bedeutet: Für jeden einzelnen Versicherungsnehmer werden im I-CPPI-Modell individuell, automatisch und tagesaktuell die bestmöglichen Performancechancen analysiert und das Fondsportfolio durch Umschichtungen optimiert. Seither haben wir unser Know-how und Angebot bei fondsba- sierten Produkten konsequent ausge-

Mischler: Man sollte immer auch das Bestehende hinterfragen. Schauen Sie mal nach Frankreich: Dort werden Garantien immer nur für einen Zeitraum von zehn Jahren ausgesprochen und dann können sie geändert werden. Da frage ich mich hier in Deutschland schon: Warum besteht eigentlich in der Niedrigzinsphase der Bedarf, einen garantierten Rechnungszins über die gesamte Laufzeit festzulegen? Das Schlimmste, was der Branche passieren kann, ist ja gar nicht, dass die Zinsen unten bleiben, sondern dass die Zinsen ansteigen. Dies würde eine massive Stornowelle in der Lebensversicherung nach sich ziehen: Denn so mancher Kunden würde ein Festgeld von vier Prozent einem Garantiezins von 1,25 Prozent, der nicht angepasst werden darf, vorziehen. In der Fondspolice sind wir schon einen deutlichen Schritt weiter: Hier gibt es neben Lösungen mit Garantien auch Lösungen ohne Garantien, wie etwa Absolute-Return-Strategien oder risikogemanagte Portfolios, die nach Risikokennzahlen ausgerichtet werden.

Wilmes: Die Branche und auch wir arbeiten derzeit intensiv an ausgewogenen Lösungen. Wie bereits bei Herrn Dr. Mischler anklang, ist es sehr wichtig, dass der Kunde seinen Vertrag abhängig von der Kapitalmarktentwicklung anpassen kann. Uns war wichtig, ein Produkt zu bauen, bei dem der Kunde nicht auf eine Anlagekategorie festgelegt ist, sondern diese über die Vertragslaufzeit wechseln kann. Das wird wichtig sein, wenn sich der Kapitalmarkt in zehn Jahren bis 15 Jahren rapide ändert. Und dazu gehört auch die Frage, was eigentlich der Referenzpunkt für die Garantien ist. Das ist in Deutschland der Beitragserhalt. In der Schweiz ist hingegen schon ein Garantieniveau von 80 oder 90 Prozent in den Produkten verankert. So weit sind wir noch nicht. Die Marktforschung zeigt, dass eine „Geld-zurück-Garantie“ das Maß aller Dinge ist. Ich bin gespannt auf die weitere Entwicklung.



Claus Mischler: „Wir sollten bei allen Anlageprodukten darauf achten, dass die Beratung nicht nur am Point of Sale passiert, sondern laufend.“

Vielleicht kann auch mehr Kreativität in den Produkten dazu beitragen: BaFin-Präsidentin Elke König hat die Branche dazu aufgefordert, „intelligente, ausgewogene Lösungen“ auf den Markt zu bringen. Kommt die Branche diesem Auftrag in vollem Umfang nach?

weitet und befinden uns in einer marktführenden Position. Wir glauben, dass die fondsgebundenen Rentenversicherungen langfristig attraktiv sind und mit eingeschlossenen Garantiekomponenten die von unseren Kunden gewünschten Sicherheitsaspekte erfüllen können.

Herr Hellers, bietet Fidelity eigentlich auch 80er-Fonds an?

Hellers: Wir bieten keine 80er-Fonds an und ich erkläre Ihnen auch warum: Die Durchschnittshaltedauer von Aktien in Deutschland liegt bei acht Jahren, innerhalb der Versicherungsbranche ist sie sicherlich noch etwas länger. Daher würde eine 80-Prozent-Garantie nicht unbedingt Sinn machen. Denn einerseits kosten Garantien Geld und andererseits haben die großen Aktienindizes über so lange Zeiträume bisher praktisch immer positive Renditen erzielt. Derzeit sind insbesondere Multi-Asset-Produkte erfolgreich am Markt, die auch ein sehr wichtiger Baustein für die Fondspolice werden können. In Zukunft kann ich mir Lösungen vorstellen, die individuell auf Versicherungen zugeschnittene Risikoparameter beinhalten.

Welcher Bereich steht bei Ihnen derzeit besonders im Fokus?

Hellers: Wir konzentrieren uns verstärkt auf die Schulung und die Weiterbildung von Beratern. Einige von ihnen haben in den letzten Jahren zum Teil schlechte Erfahrungen im Fondsbereich gemacht. Hier gilt es, Vertrauen zurückzugewinnen. Klar ist: Wenn ein Kunde etwas mehr Ertrag haben will, als eine Garantie bietet, geht es nicht ohne Risiko. Hier finde ich spannend, was in der betrieblichen Altersversorgung (bAV) mit unseren Lebenszyklusfonds passiert, die anfangs von Aktien sukzessive in schwankungsärmere Anlageklassen umschichten, je näher das Ziel in Sicht kommt. Das sind Lösungen, wo sich das Risikoprofil laufend anpasst. Ich glaube, das sind Ideen, die bisher noch wenig im Fondspolice Markt existieren.

Mischler: Ein wichtiger Punkt, den Herr Hellers angesprochen hat, war die Beratung und das Training. Wir sollten bei allen Anlageprodukten darauf achten, dass die Beratung nicht nur am Point of Sale passiert, sondern laufend: Das Leben des Kunden ändert sich, der Kapital-



Markus Willmes: „Ich glaube, dass weiter Garantien notwendig sind.“

markt ändert sich, und dadurch ändert sich wahrscheinlich auch die beste Lösung für den Kunden. Wenn man aber mal in unsere Bestände schaut, zeigt sich – überspitzt gesagt –, dass der Kunde einmal sein Investment wählt und dann eigentlich nichts mehr verändert – unabhängig vom Verlauf des Investments. Hier sollte viel stärker darauf hingewirkt werden, dass der Kunde vom Versicherungsunternehmen oder vom Makler aktiv angesprochen wird, wenn etwas Außergewöhnliches passiert. Ansonsten gibt es die böse Nachricht mit Vertragsende, weil der Kunde plötzlich überrascht ist, wie sich sein Portfolio entwickelt hat.

Mein Eindruck ist, das Kunden oftmals gar nicht wissen, wie ihre Beiträge in den Fondspolice investiert sind. Braucht es ein besseres Reporting von Seiten der Versicherer – jenseits des jährlichen und oftmals unverständlichen Jahresauszugs?

Willmes: Die Informationen über Fondspolice im Bestand können sicherlich noch verbessert werden. Dabei ist Bestandsbearbeitung bei Fondspolice genau so wichtig wie das Neugeschäft – schließlich müssen Fondspolice beweisen, dass sie „Altersvorsorge können“. Wir verkaufen Fondspolice ungefähr seit Mitte der 90er-Jahre. Diese Verträge sind natürlich auch von der Finanzmarktkrise betroffen. Daher sollten auch Bestandskunden angesprochen werden, hier müssen Vermittler und Anbieter eng zusammenarbeiten. Dies ist in meinen Augen eine ganz wichtige Aufgabe, um nachhaltig Vertrauen in Fondspolice, ob mit oder ohne Garantie, zu schaffen.

Neue Trends und Innovationen in der Fondsauswahl, sei es Multi Asset, Absolute Return oder ETF-Strategien lassen Branchenexperten frohlocken. Haben die neuen Instrumente das Zeug zum „Heilsbringer“ oder raten Sie zu einer eher nüchternen Betrachtung?

Hellers: Wir bieten Multi-Asset-Lösungen an. Das größte Benefit der Multi Assets ist, dass einige bewiesen haben, dass sie in fallenden Märkten gut reagieren und das Kapital des Kunden geschützt haben. Daher glaube ich, dass der Multi-Asset-Ansatz eine Lösung ist, die in Zukunft stark zunehmen wird. Der Kunde fühlt sich damit oftmals besser aufgehoben, weil er den Eindruck hat, dass sich jemand um seine Investitionen kümmert und sie in seinem Sinne managt. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, das darzustellen: Das kann ein Fonds sein oder auch ein Basket von Fonds.

Trapp: Die Fondsbranche zeichnete sich immer schon durch neue Innovationen aus. Für die Altersvorsorge und damit langfristige Kapitalanlage spielt die strategische Asset-Allokation jedoch eine viel entscheidendere Rolle. Bezogen auf die Entscheidungsfaktoren bei der Kapitalanlage macht die Allokation etwa 90 Prozent des Erfolgs aus; die Wertpapierauswahl lediglich sechs Prozent. Aus unserer Sicht ist es

wichtig, die Allokation des Kapitals entsprechend der Risikoneigung des Kunden auszurichten. Dabei wird das Kapital auf verschiedene Anlagen, wie Aktien, Renten oder Multi Assets, diversifiziert angelegt. Neue Trends am Markt können in die Asset-Allokation mit einfließen. Sie dürfen aber nicht überbewertet werden als die einzig wahre Kapitalanlage. Wir raten von dem Investment in nur eine Anlageform ab. Bei Zurich bieten wir sowohl gemanagte Produkte als auch Produkte mit freier Fondsauswahl an. So werden wir dem unterschiedlichen Bedarf unserer Kunden optimal gerecht.

Kunde nicht immer unbedingt zufrieden, wenn es starke Verluste gibt –, sondern zu prüfen, welcher Asset-Mix aus Kundengesichtspunkten momentan der beste ist. Insofern ist der Ansatz ein komplett anderer, als nur zu sagen, ich gehe beispielsweise in die Emerging Markets.

Professor Jochen Ruß vom Institut für Finanz- und Aktuarwissenschaften (ifa) sagt, dass vor dem Hintergrund einer eventuellen Rechnungszinssenkung viele klassische Leben-Produkte sowie die Drei-Topf-Hybride modifiziert werden müssten. Droht manchen Produkten das Aus?



Claude Hellers: „Das größte Benefit der Multi Assets ist, dass einige bewiesen haben, dass sie in fallenden Märkten gut reagieren.“

Willmes: Ich glaube, dass wir einen nachhaltigen Trend beobachten, das heißt weniger Einzelfondsauswahl in den Fondspolice und im Gegenzug mehr Multi-Asset-Lösungen.

Mischler: Beim Thema Multi Asset handelt es sich bestimmt nicht nur um einen „Hype“, sondern um die Antwort im fondsgebundenen Bereich auf die Probleme in der Altersvorsorge. Der Asset Manager kann reagieren, wenn gewisse Märkte nach unten gehen. Es ist nicht das Ziel, bei einer Long-only-Strategie einfach nur die Benchmark auszuperformen – denn damit ist der

Willmes: Die Herausforderung eines reduzierten Rechnungszinses ist für alle Altersvorsorgeprodukte mit Garantien gegeben. Da heißt, wir werden Modifikationen sehen – bei dem einen Produkt mehr, bei dem anderen weniger. Am Ende ist es ein Optimierungsproblem, ob Sie die Kundenleistung einschränken wollen, weniger Provision geben oder auf Marge verzichten. Und dieses Optimierungsproblem wird jedes Haus haben im nächsten Jahr, wenn der Rechnungszins abgesenkt wird. Dass Konzepte komplett verschwin-

den, glaube ich derzeit aber noch nicht.

Trapp: Ich stimme Herrn Willmes zu: Alle Produkte, die eine konkrete Garantie aussprechen, sind mittelbar oder unmittelbar von der Zinssituation abhängig. Wenn diese auf einem sehr niedrigen Level ist, bekommen alle diese Produkte Probleme. Sie müssen ihre Garantien reduzieren und können teilweise bestimmte Laufzeiten nicht mehr anbieten. Die klassische kapitalbildende Lebens- und Rentenversicherung ist hier natürlich am meisten unter Druck. Aber auch bestimmte Fondsversicherungslösungen, die auch zumindest teilweise im klassischen Deckungsstock investieren, sind für die Unternehmen weniger rentabel. Daher werden am Markt intensiv alternative Garantiemodelle diskutiert.

Mischler: Wie Herr Willmes glaube auch ich nicht, dass die angesprochenen Konzepte verschwinden. Natürlich sind Modifikationen notwendig: Das kann auf der Kostenseite sein, auf der Provisionsseite oder auf der Garantieseite. Aber ich betone noch einmal: Bei einem garantierten Zins von 1,25 Prozent in den konventionellen Versicherungen kann bei Laufzeiten von unter 25 Jahren mit der bestehenden Kostenstruktur keine Bruttobeitragsgarantie mehr erwirtschaftet werden. Da sind Drei-Topf-Hybride keine Ausnahme, denn diese dürfen auch nur mit demselben garantierten Rechnungszins arbeiten. Die generelle Frage ist wirklich: Wie viel Garantie wollen Versicherer bei einem garantierten Zins von 1,25 Prozent geben und wie soll die Steigerung der Garantie aussehen? Da gibt es verschiedene Möglichkeiten und Modifikationen, die dazu beitragen, dass alle Konzepte – vom Drei-Topf-Hybriden bis hin zur neuen Klassik – Lösungen bieten können.

Die Diskussion um Transparenz und Kosten begleitet die Versicherer schon einige Jahre. Welche Entwicklungen erwarten Sie in diesen Bereichen?

Marcus Nagel, Zurich Vorstand für das Lebensversicherungsgeschäft in Deutschland

Der Weg zur fondsgebundenen Altersvorsorge

Kaum ein anderes Vorsorgethema beschäftigt Verbraucherschützer, Politik und Medien derzeit ähnlich intensiv wie die Lebensversicherung. Dies wundert nicht. Denn auch wenn Experten darin einig sind, dass die Lebensversicherung grundsätzlich ein zentraler und wichtiger Baustein gegen die Altersarmut ist, so herrscht unter den Anbietern Uneinigkeit darüber, wie das LV-Produkt der Zukunft aussehen soll – gerade in einem andauernden Niedrigzinsumfeld. Die einen befürworten weiterhin die klassische Lebensversicherung, andere fahren zweigleisig und bewerben sowohl die klassische als auch fondsgebundene LV-Produkte. Bislang noch wenige wagen den konsequenten



Marcus Nagel, Vorstand Zurich Leben

Schnitt und folgen der Zurich Versicherung, die nur noch auf fondsgebundene Altersvorsorgelösungen setzt. Dieser Weg scheint auf den ersten Blick zu mutig und in Anbetracht der Komplexität der Fondsprodukte auch zu beschwerlich zu sein. Und: Ist es auch der richtige Weg? Im Interview berichtet Marcus Nagel, Vorstand Zurich Leben, warum Zurich diesen Weg bestreitet.

Herr Nagel, Zurich hat sich als erster Anbieter aus dem Markt mit den klassischen LV-Produkten Anfang 2013 verabschiedet. Diese Nachricht hat in der Branche und insbesondere bei Ihren Vertrieben für Unruhe gesorgt. Was hat Zurich zu diesem Schritt bewegt?

Nagel: Wenn man einen Blick auf das Niedrigzinsumfeld einerseits und die Kundenerwartungen andererseits wirft, ist diese Entscheidung fast zwingend. Wir konzentrieren uns damit auf unsere Stärken mit dem Ziel, unsere Marktführerschaft bei den fondsgebundenen Rentenversicherungen und den Biometrie-Produkten weiter auszubauen. Für uns ist das ja nicht neu. Wir haben schon 2007 diesen Weg eingeschlagen, seither unser Know-how und Angebot bei fondsbasiereten Produkten konsequent ausgeweitet. Wir glauben, dass die fondsgebundenen Rentenversicherungen langfristig attraktiv sind und mit eingeschlossenen Garantiekomponenten die von unseren Kunden gewünschten Sicherheitsaspekte erfüllen können.

Auch wenn Sie von Ihren Produkten überzeugt sind, haben Kunden und Vermittler mit Verständlichkeitsproblemen und Intransparenz zu kämpfen. Was tun Sie, um Vertriebe und Kunden von sich zu überzeugen?

Nagel: Lebensversicherungen sind an sich erklärungsbedürftigere Versicherungsprodukte und erfordern eine kompetente fachliche Beratung, was beispielsweise den Onlinevertrieb für diese Produkte aus unserer Sicht ausschließt. Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass fondsgebundene Produkte eine höhere Schulungsintensität für unsere Vertriebsmitarbeiter erfordern. Hierauf haben wir uns eingestellt und bieten vielfältige Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen an. Außerdem stellen wir unsere Produkte so alltagstauglich wie möglich vor. Wir vergleichen zum Beispiel die Mechanismen unserer Produktlinie mit einer Autoreise, bei der der

Anleger komfortabel und sicher an sein Ziel kommt, aber die richtige Route zu Beginn der Fahrt noch nicht kennt. Es wird verständlich dargestellt, was auf dem „Weg zur Altersvorsorge“ alles passieren kann und was das Zurich-Produkt leistet.

Wie Xavier Naidoo in seinem Song „Dieser Weg“ singt, scheint der „Zurich Weg“ steinig und schwer. Das Neugeschäft mit fondsgebundenen Produkten ist schleppend...

Nagel: Natürlich macht es sich zahlenmäßig bemerkbar, wenn Sie sich von bestimmten Produktlinien verabschieden. Dass ein neues Produkt eine gewisse Anlaufzeit benötigt – insbesondere in Zeiten, in denen die LV insgesamt nicht immer korrekt wahrgenommen wird – ist ebenfalls typisch für Markteinführungen. Wir denken aber langfristig und sehen bereits jetzt, dass sich unser Mut gelohnt hat.

Auch die Diskussion um die Kosten lässt nicht nach. Was macht Zurich Leben, um die Kosten für den Kunden verständlicher auszuweisen?

Nagel: Unser Kostenausweis wird derzeit komplett überarbeitet. Um eine bessere Übersichtlichkeit zu erzielen, werden wir weg vom Fließtext gehen zugunsten einer strukturierten, tabellarischen Darstellung mit Angabe einer Beitrags-Rendite nach Kosten sowie einer Gesamtkostenquote. Die neue Darstellung ist ein wichtiger Gradmesser für unsere Kunden, die auf einen Blick sehen, wie hoch die Reduktion in Yield – sozusagen die „Ertragsminderung“ – für den jeweiligen Vertrag ist. Die Fondskosten werden auch mit ausgewiesen. Die Produkteinführung folgt noch im Sommer dieses Jahres.

Willmes: Die Angabe einer Gesamtkostenkennzahl wäre ein richtiger Schritt. Das Produktinformationsblatt, das auf uns zukommen wird, birgt hingegen die Gefahr einer Experten-Transparenz.

Was meinen Sie damit?

Willmes: Es ist ein großer Anspruch, alle Dimensionen zwischen den Produkten vergleichbar zu machen. Ich glaube, dass wir Produktinformationsblätter bekommen werden, die ein erster Schritt dazu sind, aber dass die Vergleichbarkeit durchaus noch eine Herausforderung ist. Es wird eine Risikoklassifizierung von Produkten geben. Doch es gibt noch einiges zu tun, um die eindeutige Kategorisierung hinzubekommen. Zur Transparenz gehört auch, dass wir unserem Kunden während der Laufzeit klar darstellen, wo er mit seinem Vertrag steht. Das ist für mich der entscheidende Faktor, weil es nicht nur um Kosten geht, sondern die Themen Leistung und Kosten gleichzeitig beleuchtet werden müssen.

Mischler: Da stimme ich meinem Vordrner voll und ganz zu: Wir müssen uns als Branche schnellstmöglich bei der Gesamtkostenkennzahl, etwa in Form der Reduction in Yield, einigen. Zudem ist es extrem wichtig, dem

Kunden über die Laufzeit zu zeigen, was eigentlich sein Nutzen ist. Es muss für ihn also immer das Verhältnis Kosten/Nutzen nachvollziehbar sein. Momentan ist die Diskussion zu stark auf die Kosten eingeeengt. Das ist sicherlich auch wichtig. Auf der anderen Seite ist die Kostentransparenz bei den Fondspoliceen heute schon relativ gut und an manchen Ecken sprechen wir – genau wie Herr Willmes sagte – eigentlich nur noch über eine Experten-Transparenz. Es gibt einfach unterschiedliche Kostensätze. Einige sind abhängig vom Fondsvolumen, andere bestehen wiederum aus Fixkosten. Ich kann im Grunde nur eine Gesamtkostenquote festlegen, die genau für ein Szenario stimmt, nämlich für eine konstante Hochrechnung. Eine einheitliche Größe halte ich daher für den falschen Weg, denn das beschränkt einen Markt viel zu stark. Wer eine hundertprozentige Vergleichbarkeit wünscht, muss standardisierte Produkte fordern.

Trapp: Ich stimme meinen Kollegen zu, dass bei der Wahl des Kunden nach einer geeigneten Altersvorsorge die Transparenz mitentscheidend ist. Eine hohe Transparenz mit einer optimalen Übersicht über die für den Kunden re-

levanten Informationen ist und bleibt ein zentraler Kundenwunsch. Diesem werden wir in unserem Bemühen nach mehr Kundenorientierung im Rahmen unserer Transparenzoffensive im Sommer 2014 nachkommen. Perspektivisch werden wir dies für alle privaten Fondspoliceen einführen, arbeiten aber nicht nur an einer Kostenkennzahl, sondern entsprechend transparenten Dokumenten, wie etwa einem persönlichen Vorschlag und einem Produktinformationsblatt.

Hellers: Ich glaube, auf der Fondsseite sind wir da schon einen Schritt weiter. Viele Dinge, die jetzt auf der Versicherungsseite gemacht werden, haben wir bereits umgesetzt. Wichtig ist, das zu machen, was dem Kunden weiterhilft. Und da bin ich voll bei meinen Mitdiskutanten: Wenn man es zu kompliziert macht, dann geht der Mehrwert verloren. Es reicht völlig aus, sich auf ein, zwei Kennzahlen zu einigen, die vergleichbar und für den Kunden relevant sind – kein Mensch liest sich sechsseitige Unterlagen durch.

In der Vermittlerschaft besteht der Wunsch nach einfachen Produkten. Die volatilen Kapitalmärkte erschweren es allerdings, diesem Wunsch vollumfänglich gerecht zu werden. Wie löst Ihr Haus den Spagat aus Komplexität und Einfachheit in der Produktgestaltung und in der Vertriebsunterstützung?

Trapp: Lebensversicherungen an sich sind erklärungsbedürftigere Versicherungsprodukte und erfordern eine kompetente fachliche Beratung. Teilweise erfordern fondsgebundene Produkte noch eine höhere Schulungsintensität für unsere Vertriebsmitarbeiter. Hierauf haben wir uns eingestellt und bieten vielfältige Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen an. Außerdem stellen wir unsere Produkte so alltagstauglich wie möglich vor. Wir vergleichen zum Beispiel die Mechanismen unserer Produktlinie mit einer Autoreise, bei der der Anleger komfortabel und sicher an sein Ziel kommt, aber die richtige Route zu Beginn der Fahrt



Die Fondspoliceen-Experten Willmes, Hellers und Mischler (von links) sehen ein großes Marktpotenzial für fondsgebundene Produkte in Deutschland.

noch nicht kennt. Es wird verständlich dargestellt, was auf dem „Weg zur Altersvorsorge“ alles passieren kann und was das Zurich-Produkt leistet. Bei diesen Darstellungen arbeiten wir mit allen denkbaren Medien, zum Beispiel auch mit Schulungsfilmen.

Mischler: In der Vertriebsunterstützung geht es vor allem um Einfachheit. Wir müssen unseren Geschäftspartnern und unseren Maklern ermöglichen, sich in der Hauptzeit mit der Beratung zu beschäftigen und nicht mit der Administration. Das fängt damit an, ein branchenweites, einheitliches Zugangssystem für den Makler zu schaffen, sodass sich dieser nur ein Passwort merken muss und er nicht völlig unterschiedliche Auswertungen von jedem Versicherungsunternehmen erhält. Der Makler sollte in der Lage sein, mit mehreren Gesellschaften zusammenzuarbeiten, ohne fünf unterschiedliche Systeme bedienen zu müssen.

Willmes: Ich möchte dabei ergänzen, dass es wichtig ist, das Thema Beratung in die Digitalisierung zu bringen, ohne dabei die Systeme dahinter zu vergessen. Das erfordert Investitionen, denn viele Geschäftsvorfälle geschehen noch nicht online, stattdessen wird immer noch viel Papier hin- und hergeschickt.

Hellers: Die Ansprüche der Kunden im Fondspolicebereich sind relativ ähnlich. Im Grunde genommen hat der Kunde drei Wünsche. Erstens: Wachstum erzielen. Zweitens: Sicherheit – er will sein Geld nicht verlieren. Und drittens: Flexibilität – über einen Teil seines Geldes will der Kunde regelmäßig verfügen. Der Berater muss Lösungen für diese Fragen finden, und die findet er auch über moderne Versicherungsprodukte.

Welches Gewicht hat das Argument Rendite in der Beratung? Ihr Fonds, Herr Hellers, der Fidelity European Growth Fund, legte seit Auflegung im Jahr 1990 um durchschnittlich zehn Prozent pro Jahr zu...

Hellers: Wichtig ist, dass der Berater dem Kunden die verschiedenen Anlagemöglichkeiten erklären kann. Zum Beispiel indem er ihm sagt: Wenn du in fünf bis zehn Jahren etwas mehr Ertrag haben willst, dann musst du einen Teil Aktien dazunehmen – etwa über ein gemanagtes Produkt. Der Vermittler muss wissen, wie er die Sprache eines Kunden spricht und ihm das Passende rüberbringt. Durch die Volatilität, die wir in den Märkten über die letzten Jahre gesehen haben, zögern

Genau da müssen wir ansetzen, denn die Stabilität und die Volatilität der Assets spielt eine viel größere Rolle als die letzten zwanzig Basispunkte bei der Rendite. Unser Global-Absolute-Return-Strategies-Fonds (GARS), der gerade seine dreijährige Vertriebszulassung in Deutschland gefeiert hat, zeigte über diese drei Jahre eine sehr stabile Performance. Zudem verfügen wir über gemanagte Portfolios, die auch sehr viel Wert drauflegen, neben Renditeaspekten die Reduktion der Volati-



Frank Trapp: „Bei der Wahl des Kunden nach einer geeigneten Altersvorsorge ist die Transparenz mitentscheidend.“

allerdings viele Berater und wollen das möglichst Sicherste oder das Einfachste für den Kunden abschließen – wo sie kaum Nachbearbeitung haben werden. Aber es gibt auch Berater, die gerne Fondspolice verkaufen und dabei jedoch von Produktanbietern begleitet werden möchten. Diejenigen muss man auch unterstützen.

Mischler: Noch vor fünf bis zehn Jahren war die Rendite das einzige Ausschlaggebende im Verkauf. Das hat sich inzwischen geändert. Viel stärker zählt jetzt die Kombination zwischen Rendite und Stabilität. Es geht um die Frage: Wie stabil ist das Anlagekonzept? Das heißt, wie groß ist etwa der maximale Verlust, wie volatil ist die Anlage und welche Rendite ist damit erreichbar?

lität zu erreichen. Wir stellen fest, dass dies eines der Hauptargumente im Beratungsgespräch ist.

Aufgrund des zunehmenden Lebensalters der Menschen fällt die Entsparphase mitunter länger aus als die Ansparphase. Verfügt die Versicherungswirtschaft bereits über die richtigen Konzepte, um sich auf diesen Paradigmenwechsel einzustellen – Stichwort: Wiederanlage?

Willmes: Das ist mit Sicherheit ein Wachstumsmarkt. Unsere Kunden werden älter und verfügen über Geld, das sie neu anlegen können. Über die Rentenphase sprechen wir noch viel zu wenig, die ist im Großteil noch nicht fondsgebunden. Bei dieser Zielgruppe ist entscheidend, bestimmte Absiche-

rungsbedürfnisse mit der Kapitalanlage zu verbinden. Das ist etwas, was für uns als Versicherungsunternehmen wichtig ist, sei es das Thema Pflege oder das Thema Langlebigkeit. Ich glaube, dass es da noch durchaus Potenzial gibt und dass wir auch Entwicklungen sehen werden.

Trapp: Es ist richtig, dass man in den vergangenen Jahren die Zielgruppe der „Best Ager“ nicht genügend beachtet hat; dabei gibt es gerade dort das Bedürfnis nach Beratung und nach sinnvollen Produktlösungen für die Zeit

angeht, gibt es hier sicherlich noch Verbesserungsbedarf, um viel stärker auf diese Zielgruppe einzugehen.

Welche Bedeutung kommt dabei dem Thema Biometrie zu?

Willmes: Unsere Produkte sind eigentlich per se eine Kombination mit biometrischer Abdeckung über das Thema Absicherung des Langlebkeitsrisikos. Die Verlinkung mit biometrischen Risiken ist für junge Kunden allerdings komplett anders als für die Generation 50-plus. Da ist die Pflegeabsicherung sicher ein

wir mit unseren Premium-Produkten bereits gut für die Zukunft aufgestellt.

Mischler: Meines Erachtens ist dem Kunden heute nicht bewusst, was Garantien kosten und auf wie viel Rendite er damit verzichtet. Ich sage gar nicht, dass wir jedem Kunden keine Garantien anbieten. Es gibt Kunden, die wollen das, und die sollen das auch bekommen. Man muss sie nur genau darüber aufklären, was es bedeutet. Es gibt für beide Welten auch weiterhin die Märkte. Wichtig ist nur, dass man für beide die positiven wie auch die negativen Eigenschaften klar und transparent herausstellt. Und das passiert heute bei den Garantieprodukten noch nicht so stark wie bei den Fondspolizen. Fragen Sie heute mal einen Kunden, ob er verstanden hat, wie der konventionelle Deckungsstock investiert ist.

Willmes: Ich glaube, dass weitere Garantien notwendig sind, aber wir es sukzessive über die Beratung schaffen müssen, überschaubare Risiken einzugehen. Und wir haben Kunden, die brauchen gar keine Garantien, und für die ist der reine Fonds das Richtige. Ich glaube aber, dass die Masse der Kunden, und damit auch der Vermittler und Makler, immer noch Garantiekomponenten braucht.

Hellers: Ich glaube, es kommt auch auf Firmen wie uns zu, Mehrwerte zu liefern. Das schon erwähnte Modell der Lebenszyklusfonds spielt dabei zum Beispiel eine Rolle, aber auch ein aktives Fondsmanagement. Denn eine passive Anlage in Indizes, die nach Marktkapitalisierung gewichtet sind, hat einen grundsätzlichen Haken: Indizes gewichten die Gewinner von gestern sehr stark. Doch das müssen nicht immer die Gewinner von morgen sein. Es geht am Ende immer darum, künftige Risiken und Chancen sinnvoll zu managen. Das ist in fondsgebundenen Produkten übrigens nicht anders als in klassischen. ■



Claus Mischler (im Vordergrund) ist sich mit Markus Willmes darüber einig, dass Garantien für manche Kunden auch in Zukunft wichtig bleiben.

nach der Erwerbstätigkeit, insbesondere, was die sinnvolle Wiederanlage betrifft. Wir haben das erkannt und arbeiten an entsprechenden Produkt- und Beratungslösungen.

Mischler: Ich denke, da liegt eine große Chance für die Fondspolizen, insbesondere im Einmalbeitragsbereich, weil gerade die Generation, die jetzt in den Bereich 50-plus kommt, auch viel kapitalmarktaffiner sein wird. Gerade dadurch dass die konventionellen Versicherungen hier immer mehr in die Kritik geraten, suchen auch diese Kunden Alternativen. Typischerweise haben wir bisher als Branche unsere Produkte als Altersvorsorgeprodukte für die Zielgruppe 30-plus entwickelt und bieten die typischerweise auch den 50-plus-Kunden an – wenn wir Glück haben, passt es. Was Produkte und Services

Segment, weil dieses Risiko dem Kunden über fünfzig viel präsenter ist als dem Dreißigjährigen und ich ihn dort viel leichter auch im Beratungsgespräch für diesen Punkt interessieren kann.

Zum Abschluss ein Ausblick: Traditionelle Garantieprodukte stehen Rentenspolizen ohne klassische Zinsgarantien gegenüber. Steht die Branche vor einer Zweiteilung oder werden sich die Produktwelten zunehmend annähern?

Trapp: Aktuell besteht eine Zweiteilung der Branche in konventionelle und fondsgebundene Produkte. Die Produktwelten werden sich aber zunehmend annähern. Dies zeichnet sich bereits durch die zunehmende Diskussion von alternativen Garantien ab. Solvency II spielt dabei eine entscheidende Rolle, da langfristige Garantieversprechen teurer werden. Hier sind

Das Gespräch führte
Lorenz Klein, Cash.

Dr. Claus Mischler, Leiter der Produktentwicklung bei Standard Life

Risiken erfolgreich managen

Fondspolizen bieten gegenüber vielen anderen Vorsorgeprodukten deutlich bessere Investmentmöglichkeiten. Hier können Kunden von den Vorteilen moderner Anlagekonzepte profitieren. In den vergangenen Jahren sind besonders die Lösungen in den Vordergrund getreten, die das Geld der Kunden breit gestreut anlegen und dadurch eine stabile Performance erwirtschaften können. Vermögensverwaltende Konzepte, Multi-Asset- und Absolute-Return-Fonds erfreuen sich immer größerer Beliebtheit.

Ein Paradebeispiel für einen erfolgreichen Absolute-Return-Fonds ist der Global Absolute Return Strategies (GARS) von Standard Life: Er setzt auf echte Diversifikation, indem er aktuell ungefähr 30 unterschiedliche, möglichst unkorrelierte Strategien aus verschiedenen Anlageklassen gleichzeitig verfolgt. Durch diese breite Streuung können positive Renditen erzielt und gleichzeitig die Kursschwankungen des Fonds vergleichsweise niedrig gehalten werden. Das Multi-Strategie-Portfolio erzielte seit Auflage im Juni 2006 eine jährliche Bruttorendite von 8,0 Prozent bei einer Volatilität von 5,7 Prozent (30.12.2013). 2013 war GARS mit



Dr. Claus Mischler, Standard Life

Nettomittelzuflüssen von 4,7 Milliarden Euro erneut einer der meistverkauften Fonds Europas.

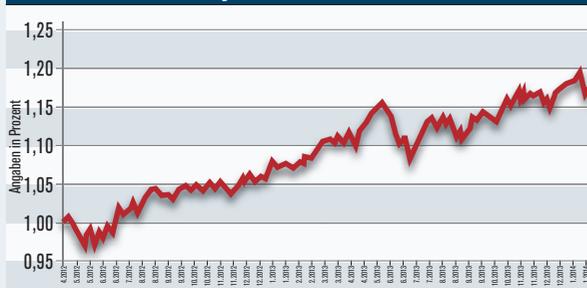
Gemanagte Portfolios mit klaren Volatilitätsvorgaben

Die herausragende Multi-Asset-Expertise von Standard Life zeigt sich neben GARS auch in den MyFolio-Fonds. Bei den MyFolio-Fonds handelt es sich um Portfolios, die bei Standard Life Investments von demselben Multi-Asset-Team gemanagt werden, das auch für GARS verantwortlich ist. Auch hier spielt die Verbindung von breiter Diversifikation und klarer Risikofokussierung eine ganz entscheidende Rolle. Die MyFolio-Fonds sind in den drei Risiko-Ausprägungen „Defensiv“, „Balance“ und

„Chance“ verfügbar. Die angestrebte Volatilität ist für jeden Fonds eindeutig definiert. Sie liegt im Portfolio Defensiv bei 3 bis 5,5 Prozent, bei Balance bei 8,5 bis 12 Prozent Volatilität und bei Chance bei 12 bis 15,5 Prozent. Die angestrebte Volatilität bildet den Rahmen für die Zusammenstellung des Portfolios.

Auch bei den MyFolio-Fonds setzt das Fondsmanagement auf eine sehr breite Streuung: Jedes Portfolio investiert in bis zu 15 Einzelfonds aller Anlageklassen – also deutlich mehr als bei vielen anderen vergleichbaren Produkten. Dabei profitieren die Kunden von der umfassenden Expertise von Standard Life Investments. Auch die MyFolio-Fonds können auf eine beeindruckende Performance zurückblicken: Seit Auflage im Mai 2012 hat beispielsweise der „MyFolio Balance“ rund 17,1 Prozent an Wertzuwachs (kumuliert) bei einer Volatilität von 5,12 Prozent erzielt (30. Dezember 2013). Produkte, die breit gestreut investieren und gleichzeitig klare Risikovorgaben erfüllen, haben weiterhin großes Wachstumspotenzial. Mit GARS und den MyFolio-Fonds ist Standard Life in diesem Bereich hervorragend positioniert.

Performance des MyFolio Balance



Quelle: Standard Life. My Folio ist ein Managed Portfolio der fondsgebundenen Rentenversicherungen MAXCELLENCE und MAXCELLENCE INVEST der Standard Life Versicherung, Zweigniederlassung der Standard Life Assurance Ltd. My Folio ist je nach Kundenwunsch in drei Varianten verfügbar und investiert in breit diversifizierte Anlagen. Die Performance-Grafik zeigt Wertentwicklungen der Vergangenheit, die keinen zwingenden Rückschluss auf die Zukunft zulassen. Die Werte von My Folio können je nach Kapitalmarktentwicklung steigen oder fallen und daher auch unter den Einkaufswert sinken.

Fakten zum Unternehmen: Der britische Versicherer Standard Life mit Sitz in Edinburgh wurde 1825 gegründet. Das Unternehmen zählt nach eigenen Angaben mit ungefähr sechs Millionen Kunden zu den größten Versicherern der Welt. Standard Life verwaltet Vermögenswerte von mehr als 290 Milliarden Euro. Mit Niederlassungen, Joint Ventures oder Tochtergesellschaften ist Standard Life in Kanada, Irland, Deutschland, Österreich, Hongkong, Indien und China vertreten. In der 1996 gegründeten deutschen Niederlassung in Frankfurt betreuen aktuell 360 Mitarbeiter mehr als 500.000 Kunden. Die laufenden Beiträge betragen rund 938 Millionen Euro. Stand: 31.12.2013

Kontakt: Lyoner Straße 15 · 60528 Frankfurt am Main · Tel.: 0800 2214747 · E-Mail: kundenservice@standardlife.de · Internet: www.standardlife.de

Die Zukunft liegt nicht im Garantieren. Sondern im richtig Investieren

Sicherheit kann man teuer erkaufen. Oder einfach umsetzen: mit der Investmentkompetenz eines der führenden Investmenthäuser Europas – Standard Life Investments. So sichern wir Ihnen einen verantwortungsvollen Umgang mit den Anlagen Ihrer Kunden.



MyFolio. Portfolios mit klarer Volatilitätsvorgabe. Für jeden Kunden die passende Anlage. Entdecken Sie damit Ihre Zukunft:
www.standardlife.de/MyFolio