

Pressemeldung:



Datum: 9. April 2009

Nutzen und Kosten von Garantiepolicen

„Vertrauen ist gut, Garantien sind besser“

Mit solchen und ähnlichen Slogans werben Finanzdienstleister um Kunden, die beim Abschluss langlaufender Vorsorgeprodukte zögern. Ohne Garantie sind solche Angebote schwer abzusetzen. Viele machen die Rechnung aber ohne Rücksicht auf Kosten und Sicherheiten von Garantien.



Foto: Feldis.com/8.Ludlokmmta

Garantiepolizzen kommen oft als Tilgungsträger zur Absicherung von endfälligen Fremdwährungskrediten, doch auch als Stand-alone-Lösungen für die persönliche Altersvorsorge zum Einsatz. Die Pleite des Investmentbankhauses **Lehmann Brothers** und die ungeklärte Frage, ob die von ihm gegebenen Kapitalgarantien mit dem Zeithorizont 2020 werthaltig sind, veranlassen die Versicherungen, künftig auf externe Garantielösungen zu verzichten und sie durch interne zu ersetzen.

General-Österreich Chef **Dr. Luciano Cirinà** berichtet, dass in Folge fondsgebundene Lebensversicherungen (LV) nur noch mit Garantie zu verkaufen seien. „Die Krise hat die Menschen bezüglich Garantien sensibilisiert. Die fondsgebundene LV hat der klassischen Er- und Ablebensversicherung Platz gemacht. Indexgebundene LV sind out, nicht garantierte fondsgebundene LV unverkäuflich.“

Garantien je nach Wunsch
Mag. Bernhard Fasching,
Leiter der Vertriebsdirektion

von **Standard Life**, meint zum **Börsen-Kurier**, dass „im Zuge der Finanzmarktkrise eine allgemeine, absolut nachvollziehbare Tendenz besteht, Produkte mit Garantien als eine Art Allheilmittel zu sehen. Dabei wird allzu gern vergessen, dass klassische Garantieprodukte mit erheblichen Nachteilen verbunden sind. Man sollte sich bewusst sein, dass Garantien immer Geld kosten, die Anlagefreiheit einschränken und damit die Renditeerwartungen zum Teil beträchtlich schmälern“. Fasching verweist darauf, dass Standard Life neben Variable Annuities-Produkten auch flexiblere Modelle offeriert. „Wir beschränken uns bei den With-Pofit-Produkten auf ein sinnvolles, geringeres Maß an Garantien. Das lässt uns die nötige Investmentfreiheit, um für unsere Kunden langfristig höhere Renditen erwirtschaften zu können. Für investmentorientierte Kunden haben wir daneben Produkte im Angebot, die stärker in Aktien investieren, dafür aber vollständig auf Garantien verzichten.“
Trotz aller negativen Stim-

mung sollten die Kunden nicht vergessen, dass es an den Börsen auch wieder schnell aufwärts gehen kann, erinnert Bernhard Fasching. „Davon werden Versicherungen, die in ihrer Anlagepolitik flexibel sind und nicht durch starre Garantiezusagen eingeschränkt werden, überproportional profitieren. Wir werden uns auf bewährte Produkte fokussieren und nur kleinere, sinnvolle Anpassungen vornehmen.“

Den Nachfrageboom bei Garantieprodukten bestätigte **Dr. Thomas Url** vom Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung im Beisein des **Börsen-Kurier** bei der 4. IIR-Fachkonferenz für das Kreditgeschäft in Österreich. „Auf diesem Gebiet gibt es angesichts der Krise starke Dynamik und bei privaten Haushalten großen Bedarf an nach unten abgesicherten Anlageprodukten.“ Jedoch handle es sich um einen problematischen Bereich, wo die Regulierung ansetzen sollte. Denn für Kunden entstehe der Eindruck, dass die Garantieprodukte verkaufenden Stellen selbst die

Garantie übernehmen. „Doch dahinter stehe eine Transaktion, mit der die Garantie zwischen dem Institut, wo man sie gekauft hat, und einer Großbank, die die Garantie gibt, gewechselt wird.“

Deutscher Zweitmarkt-handel bricht ein

Der Zweitmarkt für Lebensversicherungen, also Weiterverkauf statt Kündigung der Police, bricht in Deutschland ein. So beschreibt zumindest der Bundesverband Vermögensanlagen im Zweitmarkt LV (BVZL) in München die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Branche. „Gekauft wird momentan nur noch wenig und wenn, dann ausgewählt“, so Vorstand **Thomas Laumont**. Kaum Versicherungsnehmer finden zur Zeit noch Käufer für ihre Policen. Für die betroffenen Personen bedeutet das: Wenn sie die Police trotzdem zu Geld machen wollen, müssen sie sich mit den niedrigeren Rückkaufwerten begnügen, die von Versicherungen bezahlt werden. Dabei wurde der Zweitmarkt für Lebensversicherungen in den vergangenen Jahren immer populärer., verlaublich der BVZL.

Für Kleinunternehmer und Kfz-Kunden

„Ab April 2009 startet **Zürich** mit neuen Highlights: Speziell für Klein(st)unternehmer bringen wir ein für den österreichischen Markt neuartiges Produkt heraus. Es handelt sich um ein kompaktes Versicherungspaket, womit sich kleine Betriebe ohne großen Aufwand einfach, schnell und transparent absichern können - ganz wie im privaten Bereich“, so **Kurt Möller**, Vorstand Schaden/Unfall bei der

Zürich und kündigt an: „Einige herausragende Neuerungen wird es auch in der Kfz-Versicherung geben, wo wir unter anderem verstärkt umweltbewusstes Verhalten beim Autofahren mit vielen Prämien-Vorteilen fördern. Außerdem wird es eine Neuausrichtung in der Kfz-Tarifgestaltung geben, womit unsere Kundinnen und Kunden auf breiter Basis von Top-Konditionen profitieren werden.“

Nischenprodukt LebensKasko

Donau-ChefRaumauf: „Wir haben mit der neuen LebensKasko eine Marktnische erschlossen und liegen damit voll im Trend. In Zeiten wirtschaftlicher Engpässe ist es besonders wichtig, dass man die Grundbedürfnisse des Lebens absichert. Die Nachfrage ist so erfreulich groß, dass wir die LebensKasko nun auch verstärkt als Zusatzversicherung promoten.“

Die LebensKasko ist abschließbar zu einer Kapital- und Pensionsversicherung mit laufender Prämienzahlung als auch zu Ablebensversicherungen. Sie unterstützt mit einer monatlichen Pensionszahlung, wenn man als Folge schwerer gesundheitlicher Beeinträchtigung nicht mehr berufstätig sein kann.

2. Dialog-Forum für Versicherungsmakler

Nach dem Erfolg im vergangenen Jahr führt die **Dialog Lebensversicherungs-AG** in

diesem Jahr ihr 2. Augsburger Dialog-Forum für Versicherungsmakler durch. Erneut präsentiert sich die Assekuranz als „Versicherer zum Anfassen“. Mitarbeiter der Führungsebene erläutern den Teilnehmern, wie sie persönlich vom Verkauf der Dialog-Produkte und dem Service des Unternehmens profitieren können. Der anschließende Erfahrungsaustausch gibt den Maklern die Gelegenheit, ihre Wünsche gegenüber dem Spezialversicherer zu artikulieren. Die Gesprächspartner sind **Rüdiger R. Burchardi**, Vorstand Vertrieb und Marketing, **Stephan Visel**, Vertriebsdirektor Deutschland-Süd, **Hartwig Haas**, Abteilungsleiter Vertrieb/Marketing, und die neue Leiterin des Bereichs Betrieb **Eva Kopp**.

Die Veranstaltung findet am Mittwoch, dem 29. April 2009 von 9.30 bis 13.30 Uhr statt; Ort: In der Halderstraße 29, 5. Stock, 86150 Augsburg.

Neuer Internetauftritt

HDI-Gerling Leben in Österreich hat einen neuen Internetauftritt. Unter der Adresse **www.hdi-gerling.at** finden Kunden ab sofort alle wichtigen Informationen. Neben dem bereits eingeführten passwortgeschützten Onlineauftritt, der auf die unabhängigen Vertriebspartner abgestimmt ist (www.vertriebsservice.hdi-gerling.at), können sich nun auch Kunden online über die Produkte aus dem Hause HDI-Gerling Leben informieren.