

Pfeffer minzia

Themen-Special
in Kooperation mit diPAY



TRENDTHEMA

Nettopolicen und alternative Vergütungsmodelle

⚡ DIE WOCHEN



> JETZT
REINHÖREN!



[www.pfefferminzia.de/
podcast/](http://www.pfefferminzia.de/podcast/)

Der  Pfefferminzia

PODCAST

FÜR VERSICHERUNGSHELDEN

Nettotarife und Servicevereinbarungen –
wie wird das erfolgreich in der Praxis
umgesetzt? Antworten darauf finden Sie
in dieser Podcast-Folge





Karen Schmidt, Chefredakteurin von Pfefferminzia

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

es ist ein Thema, das immer wieder die politischen Akteure hierzulande bewegt: ein Provisionsdeckel beziehungsweise Provisionsverbot. Und auch wenn davon nichts im Koalitionsvertrag der aktuellen Bundesregierung aus SPD, Grünen und FDP zu lesen ist, ganz entspannen sollten Vermittlerinnen und Vermittler sich hier lieber nicht. Denn der Druck auf die Provisionen kommt vor allem von der Europäischen Union.

Gut beraten ist vor diesem Hintergrund, wer sich schon mal mit alternativen Vergütungsmodellen befasst. Aktuell bieten 42 Prozent der Maklerinnen und Makler bereits eine Beratung oder Vermittlung gegen Honorar an – immerhin 60 Prozent würden das zumindest ausprobieren, zeigt eine Umfrage des Nettopolicen-Anbieters Liechtenstein Life.

Eine steigende Nachfrage nach Honorarberatung sehen auch die vier Expertinnen und Experten unseres Roundtables zum Thema Nettopolicen. Noch gibt es aber auch Hindernisse, die die weitere Verbreitung bremsen. Welche das sind, erfahren Sie ab Seite 10.

Weitere spannende Themen dieses E-Books sind unter anderem, inwiefern auch Kunden von Nettopolicen profitieren, wie Maklerinnen und Makler sich neue Vergütungsmodelle erschließen und dies beim Kunden kommunizieren können und warum es sinnvoll ist, sich für die Abrechnung Unterstützung eines externen Partners zu holen.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihre
Karen Schmidt



Inhalt

06 Honorarberatung

Nettopolice nehmen an Fahrt auf

08 Alternative Vergütungsmodelle

Professionelle Hilfe für Makler bei Nettopolice

10 Roundtable zu Nettopolice

„Wir müssen mehr Aufklärungsarbeit betreiben“

16 Rentenpolice aus Liechtenstein

Flexible und nachhaltige Altersvorsorge –
im transparenten Nettotarif

18 Kosten

Warum Kunden bei Nettopolice doppelt sparen können

20 Standard Life

Fokus auf Rendite und hohe Flexibilität

22 Gespräch mit Makler Kay Rogalla

„Das Geschäftsmodell Bruttopolice ist überholt“

24 Alte Leipziger über Bestandsvergütung

Mehr Transparenz bei Fondspolice

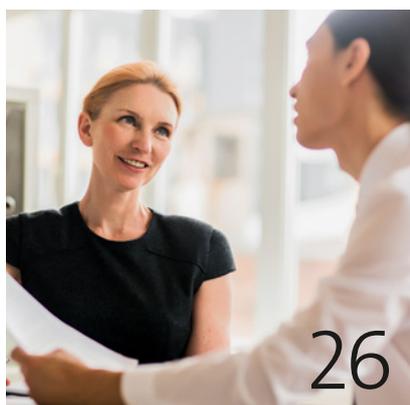
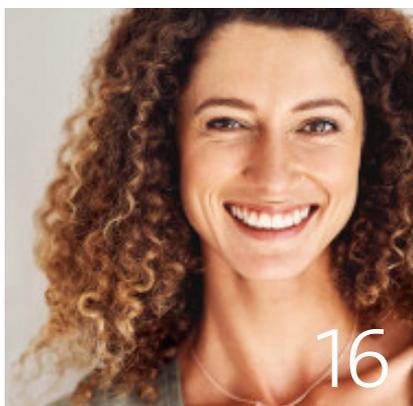
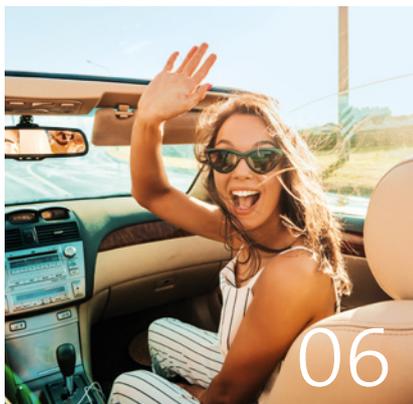
26 Nettotarife und Servicevereinbarungen

Neue Einnahmequellen erschließen

STANDARDS

03 Editorial

05 Impressum



Fotos: Alte Leipziger, Liechtenstein Life, Standard Life, Optima, halayalex / Freepik.com, senivpetro / Freepik.com, vidistudio / Freepik.com, pressfoto / Freepik.com, rawpixel.com / Freepik.com

■ Impressum

Verlag und Herausgeber
Pfefferminzia Medien GmbH
Kattunbleiche 31a
D-22041 Hamburg

E-Mail: info@pfefferminzia.de
www.pfefferminzia.de
Telefon: +49 (40) 28 41 083-0
Fax: +49 (40) 28 41 083-30

Geschäftsführer Hero Harder
Matthias Heß
Chefredakteurin Karen Schmidt (Vi.S.d.P.)
Stellv. Chefredakteur Lorenz Klein
Redaktion Silke Brüggemann
Juliana Demski
Andreas Harms
Manila Klafack
Juliane Liedtke
Achim Nixdorf
Gast-Autor Sabine Groth
Jens Lehmann
Oliver Lepold
René Wehrauch
Gestaltung Jana Zschäpe
Cover Illustration: pch.vector/
www.flaticon.com

Pfefferminzia Leserservice / Abo-Verwaltung
Hauptstraße 42a, D-37412 Herzberg am Harz
Telefon: +49 (5521) 85 53 11
pfefferminzia@vds-herzberg.de

Vertriebsleitung Print und Online
Hero Harder
Telefon: +49 (40) 28 41 083-10
hero.harder@pfefferminzia.de
Matthias Heß
Telefon: +49 (40) 28 41 083-11
matthias.hess@pfefferminzia.de

Disposition
Britta Harder
Telefon: +49 (40) 28 41 083-12
britta.harder@pfefferminzia.de

Anzeigenpreisliste 2022
Gültig ab dem 1. Januar 2022

Für Mitglieder des AfW – Bundesverband
Finanzdienstleistung e.V. ist der Bezug von
Pfefferminzia im Mitgliedsbeitrag enthalten



Haftung Den Artikeln, Empfehlungen und Tabellen liegen Informationen zugrunde, die die Redaktion für verlässlich hält. Die Garantie für die Richtigkeit kann die Redaktion nicht übernehmen. Dieses Magazin dient der Information und ist keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Finanz- oder Versicherungsprodukten.

© 2022 für alle Beiträge und Statistiken bei der Pfefferminzia Medien GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste und Internet sowie Vervielfältigung auf Datenträger wie CD, DVD etc. nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Verlags.

Nettopolicen nehmen an Fahrt auf

Eine Alternative zur Versicherungsvermittlung auf Provisionsbasis ist, dass der Kunde ein Vermittlungsentgelt bezahlt und einen Tarif ohne Vertriebsaufschlag abschließt – den Nettotarif. Immer mehr Versicherer bieten diese Tarife an und auch viele Kunden würden ein Makler oder Vermittlerentgelt zahlen

Ob beim Kauf eines Autos, einer Waschmaschine, einer Immobilie oder einer privaten Altersvorsorge – Verbraucher recherchieren heute zu jedem Thema im Internet. Dort bekommen sie viele Informationen, die ihnen für die anschließenden konkreten Gespräche mit einem Verkäufer und einem Makler nützen.

Insbesondere bei der Geldanlage schauen sich viele sehr genau nach Alternativen zum klassischen Sparbuch oder Festgeldkonto um. Denn längst ist klar, dass sich hier keine Rendite mehr erwirtschaften lässt. Unter Berücksichtigung der Inflation verliert das Geld sogar an Wert. Viele Kunden sind also interessierter, informierter und aufgeschlossener gegenüber Vorsorgeprodukten als früher. Gleichzeitig kennen sie nicht die entscheidenden Details und wollen daher einen Experten mit ihrer unabhängigen Finanzplanung betrauen.

Transparente Kosten bei Versicherungen

Doch wissen die Kunden eigentlich, wie viel sie zum Beispiel für die Vermittlung einer Fondspolice bezahlen? Vermutlich nicht. Aber vielleicht bemerken Sie als Versicherungsmakler, dass der eine oder andere Kunde jetzt öfter danach fragt. Die Kostentransparenz ist – auch wegen des Niedrigzinsumfelds – in den vergangenen Jahren zum wichtigen Thema in der Versicherungswelt geworden.

Kunden, die sich bereits dafür interessieren, sind nicht weit davon entfernt, über eine Honorarberatung zu sprechen. Sobald der Versicherungsmakler die Rechnung aufmachen und darlegen würde, dass Nettotarife für den Kunden günstiger sind, ist er eventuell bereit, eine Alternative zur Provisionsvergütung, etwa ein Vermittlungsentgelt oder ein Honorar, zu bezahlen.

Immer wieder Forderungen nach Provisionsverbot

Zudem sehen Verbraucherschützer in dem Modell eine unabhängigere Beratung gewährleistet. Der Kunde stehe hier viel mehr im Mittelpunkt als es die auf Provisionen beruhende Ver-

mittlung ermögliche. So hatte der Verbraucherzentrale Bundesverband im Jahr 2016 bereits ein Provisionsverbot zum Schutz der Kunden bei Krankenversicherungen und Verträge zur privaten Altersvorsorge gefordert. Immer wieder werden Forderungen nach diesem Verbot oder nach einem Provisionsdeckel laut. Spätestens nach der Bundestagswahl im Herbst dürfte daher das Thema alternative Vergütungsmodelle bei jedem Vermittler hochaktuell werden.

Die Versicherer unterstützen mit entsprechenden Produktangeboten den Trend hin zu Nettotarifen. Eine im März 2021 veröffentlichte Studie der Uniprofessoren Matthias Beenken und Heinrich Schradin zeigte, dass Versicherer, die fast die Hälfte des Marktes repräsentieren, diese Produkte bereithalten. Anders als noch in früheren Untersuchungen seien nun auch große, marktanteilsstarke Unternehmen dabei.

Viele Kunden zeigen sich interessiert

Auch Finanzdienstleister entdecken zunehmend die Vermittlung gegen die Vergütung durch den Kunden oder sogar die Honorarberatung für sich. So steigt beispielsweise die Zahl der eingetragenen Honorar-Finanzanlagenberater in Deutschland, seit dieses Berufsbild im Jahr 2014 wirksam wurde – aber noch auf niedrigem Niveau. Waren es laut Online-Portal Statista Ende Dezember 2014 noch 65 Berater, zeigt die aktuelle Statistik des Deutschen Industrie- und Handelskammertags für den 1. Juli 2021 schon 228 Berater.

Der hybride Ansatz Courtagetarife und Nettotarife mit der Vermittlungsvergütung durch den Kunden je nach Kundenwunsch und -situation im Angebot zu haben, wird zunehmend aktueller für Makler und Vermittler. Die Nachfrage nach alternativen Vergütungsmodellen seitens der Kunden steigt. Bereits vor gut zwei Jahren ermittelte eine Umfrage, dass 74 Prozent der Befragten zwar bis dahin noch nichts von Nettoversicherungen gehört hatten. Nachdem ihnen jedoch das Prinzip erklärt wurde, gaben rund 77 Prozent an, dieses Angebot sei interessant für sie. ■ Manila Klafack

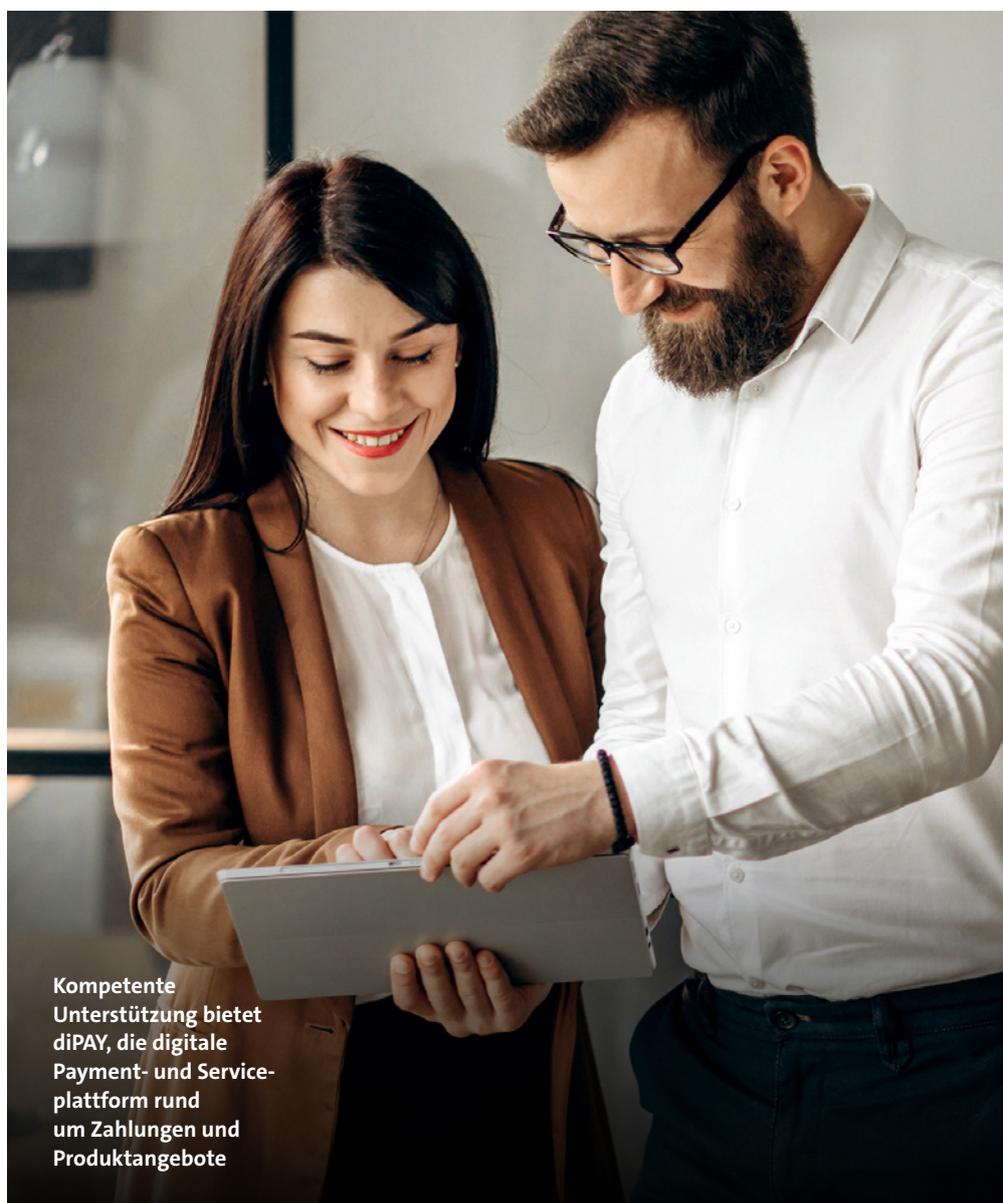
Die Kundennachfrage steigt – und auch Makler entdecken Nettotarife zunehmend für sich



Foto: halayalex / Freepik.com

Professionelle Hilfe für Makler bei Nettopolicen

Angesichts der anhaltenden Diskussion um Provisionsdeckel oder -verbote denken viele Makler über alternative Vergütungsmodelle nach. Die Vermittlung von Nettopolicen erscheint als reizvolle Alternative zum Provisionsmodell. Experten raten allerdings, sich dabei professionelle Unterstützung zu holen



Kompetente Unterstützung bietet diPAY, die digitale Payment- und Serviceplattform rund um Zahlungen und Produktangebote

diPAY-Umfrage – Machen Sie mit!

Alternative Vergütungsmodelle gewinnen an Bedeutung. Die Wahl eines Servicepartners ist eine strategische Entscheidung mit weitreichenden Auswirkungen. Diese Umfrage soll Sie dabei unterstützen und helfen, diPAY noch besser zu machen. Als Dankeschön erhalten zukünftige diPAY- Partner einen 50 Euro Gutschein auf deren Plattformleistungen.



Foto: senvipetro/freepik.com

Nettopolices haben mehrere Vorteile. Da ist etwa die größere Kostentransparenz für den Kunden zu nennen oder – etwa bei Altersvorsorgeprodukten – unterm Strich höhere Erträge. Für Vermittler entfällt zudem die Stornohaftung. Fachleute wie Kay Rogalla, Finanzfachwirt und Geschäftsführer der Optima GmbH, glauben aber, dass Makler sich bei der Vermittlung von Nettopolices professionelle Hilfe holen sollten. „Statt viel Zeit und Energie zu opfern und am Ende dann doch mit einem unbefriedigenden Ergebnis dazustehen, würde ich immer dazu raten, die Umstellung in die Hand eines externen Dienstleisters zu geben und dessen bewährte Prozesse zu übernehmen“, so Rogalla.

Persönlicher Support entscheidet

Doch welche Unterstützung brauchen Vermittler in diesem Bereich genau? „Es kommt auf den persönlichen Support an“, sagt Dirk Erfurth, geschäftsführender Gesellschafter der digitalen Payment- und Serviceplattform diPAY. „Rechtssichere Vertrags-, Rechnungs- und Vergütungsabwicklungen sind nur einige der Herausforderungen, die bei der Vermittlung von Nettopolices entstehen. Eine einfach zu bedienende und benutzerfreundliche Plattform leistet dabei wertvolle Hilfe. Finanzberater, Vertriebe, Maklerpools und Produktanbieter können diese Hilfe bei der erfolg-

reichen Einführung und Umsetzung von Nettotarifen gleichermaßen in Anspruch nehmen.“

Das leisten gute Dienstleister

Entscheidend sei immer die individuelle Ausrichtung der Unterstützung, so Erfurth weiter: „Wir bei diPAY haben uns deshalb entschieden, fünf unterschiedliche Nutzermodelle zur Auswahl zu stellen, mit denen wir sowohl einem neu startenden Einzelmakler, als auch einem Vertrieb oder Maklerpool ein attraktives Preis-Leistungsangebot bieten können.“

Produktvielfalt nimmt zu

Zwar kann sich eine Mehrheit der Makler in Deutschland laut aktuellen Umfragen eine Beratung auf Honorarbasis vorstellen. Kritisiert wird aber häufig die mangelnde Bereitschaft von Versicherern, entsprechende Nettoprodukte zur Verfügung zu stellen. Experte Rogalla hat allerdings beobachtet, dass hier langsam ein Umdenken einsetzt und die Akzeptanz von Netto-Polices zuletzt gestiegen ist.

Gestützt wird dieser Eindruck durch neue wissenschaftliche Erkenntnisse. Eine Studie der Hochschulprofessoren Heinrich Schradin und Matthias Beenken ergab, dass vor allem große Versicherer inzwischen solche Produkte anbieten.

Mit der richtigen Unterstützung bieten sich Maklern auf dem Feld der Nettopolices also künftig wohl noch mehr Chancen als bisher. ■ René Weihrauch

Steckbrief

diPAY – Digitale Payment- und Serviceplattform

Was sind die wichtigsten Leistungsmerkmale und für was steht diPAY ganz konkret

Das leistet diPAY



verzahnte, digitale Angebots-, Vertrags-, Rechnungs- und Zahlungsabwicklung



geprüfte Verträge für Servicevereinbarungen, Vermittlungsvergütungen und Honorare inklusive Update-Service



ein Profi-Tool für individuelle Servicevereinbarungen



personalisierte Handouts und Endkundenvideos



Unterstützung durch ein Expertenteam aus Juristen, Unternehmensberatern und Marketingprofis



laufende Weiterbildungsangebote und einen individuellen Fahrplan mit persönlichen Coachings



Registrieren Sie sich hier und testen Sie diPAY kostenfrei

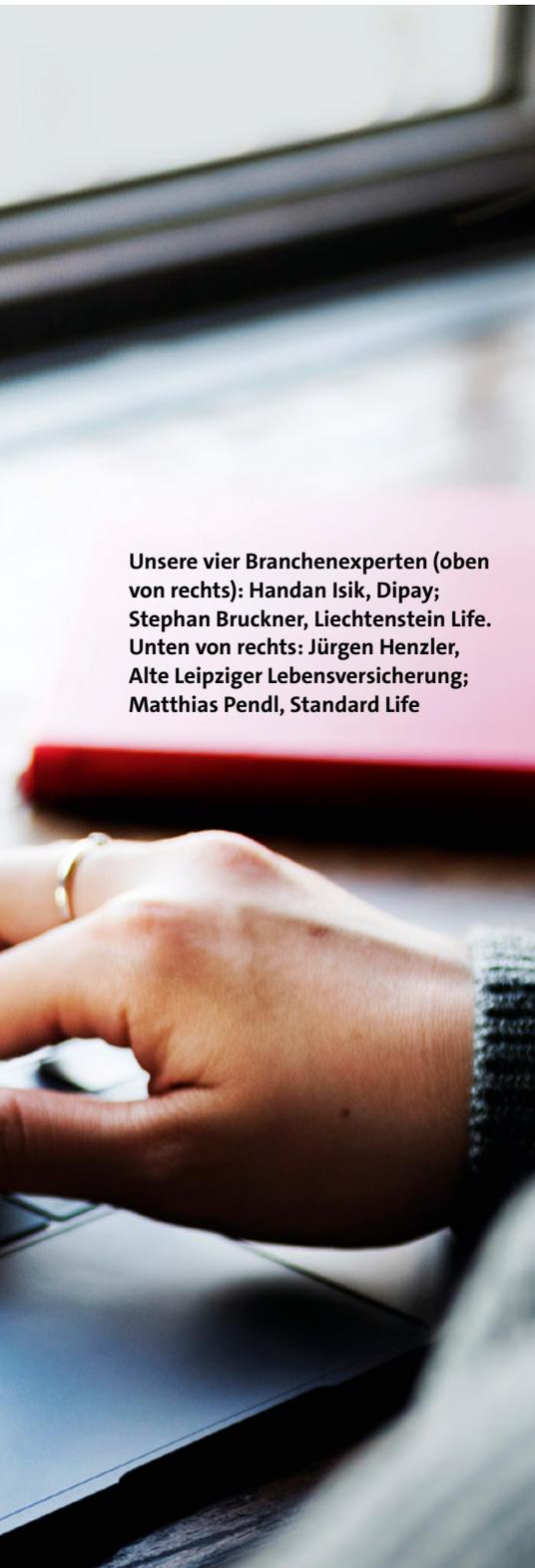
Quelle: diPAY • Illustration: Freepik/www.flaticon.com

„Wir müssen mehr Aufklär



Foto: rawpixel.com/Freepik.com

ungsarbeit betreiben“



Unsere vier Branchenexperten (oben von rechts): Handan Isik, Dipay; Stephan Bruckner, Liechtenstein Life. Unten von rechts: Jürgen Henzler, Alte Leipziger Lebensversicherung; Matthias Pendl, Standard Life

Welche Chancen haben Nettopolice, als transparente und oft günstigere Alternative zu Provisionstarifen aus ihrem Nischendasein hervorzutreten? Das besprach Pfefferminzia mit vier Branchenexperten

PFEFFERMINZIA Der Anteil der Nettopolice liegt je nach Sparte maximal im Promillebereich. Was limitiert eine größere Verbreitung – das Angebot, die Makler oder die Kunden?
JÜRGEN HENZLER, LEITER DEZENTRALER VERTRIEB, ALTE LEIPZIGER LEBENSVERSICHERUNG Wir verzeichnen einen Anteil an Nettopolice in der privaten Fondsrente von gut 10 Prozent – mit steigender Tendenz. Dass dies in der Breite des Marktes anders ist, hat viele Gründe. Einerseits hängen viele Vermittler an ihren Abschlussprovisionsmodellen, andererseits gibt es noch zu wenig echte Nettopolice, bei denen Abschluss- und Vertriebskosten zu 100 Prozent herausgerechnet sind. Es gibt zu viele Mogelpackungen, da haben wir als Branche noch viel Überzeugungsarbeit zu leisten. Wir müssen Vermittler begeistern, etwas Neues auszuprobieren. Dabei ist es sehr motivierend mit jenen zu sprechen, die ihr Geschäftsmodell langsam gewandelt haben und nun sa-

gen, dass ihre Geschäfte besser als zuvor laufen.

HANDAN ISIK, GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTERIN UND MITINITIATORIN, DIPAY Versicherer, Vermittler, Kunde – bei allen drei Parteien gibt es noch viel Luft nach oben. Wir beobachten Versicherer, die sich aktiv im Markt bewegen und gute Nettoprodukte anbieten, andere möchten mit dem Makler erst gewisse Zusatzvereinbarungen abschließen. Und manche haben noch gar keine Nettotarife im Angebot. Viele Makler sehen zurzeit noch nicht die Notwendigkeit, mit ihren Kunden über Nettopolice zu sprechen, weil sie ihre Komfortzone nicht verlassen können oder möchten. Sie sprechen das Thema erst gar nicht an. Aus eigener, mehr als zehnjähriger, Erfahrung weiß ich, dass Kunden offen für Nettopolice sind, wenn ihnen die Unterschiede zu den Provisionsprodukten gezeigt werden.

MATTHIAS PENDL, VERTRIEBSMANAGER, STANDARD LIFE Die Mogelpackun- →

gen sehe ich ganz ähnlich, bei manchen Tarifen am Markt würde ich von Etikettenschwindel reden. Der größte Einflussfaktor ist meiner Ansicht nach der Vermittler. Denn es läuft doch mit Courtagen und alternativen Vergütungsmodellen, da braucht er die Erweiterung um Nettotarife nicht. Wenn der Kunde aber darauf angesprochen wird, ist er auch bereit, über Nettotarife nachzudenken. Aber der Impuls kommt eben nicht vom Kunden, und wenn er nicht vom Makler kommt, landet man automatisch bei der Courtagage.

STEPHAN BRUCKNER, VERKAUFS-DIREKTOR DEUTSCHLAND, LIECHTENSTEIN LIFE Das ist alles richtig. Ich sage zögernden Vermittlern immer, dass der Kunde den Unterschied zwischen Netto und Brutto nicht kennt, die Vermittler aber schon. Sie können dem Kunden erklären, wie vorteilhaft Nettopolicen sind. Wir müssen mehr Aufklärungsarbeit betreiben. Vermittler haben Ängste, über Honorare zu sprechen, weil das die provisionsbasierte Konkurrenz eben nicht zu tun braucht. Sie fürchten, Kunden zu verlieren und dann nur jene beraten zu können, die

ein Honorar bezahlen wollen. Dabei ist unsere Erfahrung, dass Vermittler mit Nettopolicen Kunden dazugewinnen. Ich finde es auch wichtig, dass mehr Versicherer echte Nettopolicen auf den Markt bringen. Nur mit mehr Angeboten lassen sich Ratings und Analysen durchführen. Dann wird das Thema auch deutlich mehr kommuniziert werden.

Manche Versicherer stellen Hürden auf, bevor Makler Nettopolicen vermitteln dürfen. Dazu zählen etwa ein eigenständiger Vermittlungsvertrag, der Nachweis einer transparenten und fairen Ausgestaltung der Vergütung oder eine Freigabe der Vertriebsleitung. Welche Vorgaben verlangen Sie von ihren Vertriebspartnern?

PENDL Ich kann das nicht nachvollziehen und halte solche Vorgaben nicht für notwendig. Natürlich nehmen wir eine Qualitätsprüfung vor, bevor wir Makler anbinden, das ist aber nicht speziell auf Nettotarife bezogen. Unsere Makler erhalten die volle Palette an möglichen Tarifen zur Verfügung gestellt – ohne zusätzliche Hürden für Nettotarife. Denn

gerade dort ist doch die Transparenz erst recht gegeben. Sicher gibt es einige schwarze Schafe, die Vergütungsoptimierung betreiben, aber wir haben unsere Maklerbetreuer und internen Bereiche dahingehend sensibilisiert.

BRUCKNER Man muss die Intention von Versicherern hinterfragen, die solche massiven Hürden für Vermittler aufbauen. Möglicherweise wollen diese Anbieter gar keine Nettopolicen vermitteln. Nach außen können sie sich aber als Versicherer mit modernem Angebot darstellen. Auch wir prüfen natürlich bei Anbindung den Vermittler, unsere Vertriebspartner können aber stets auf die gesamte Breite der Produkte zugreifen. Der Makler ist Sachwalter des Kunden und wir dürfen und wollen ihm nicht vorschreiben, wie er ein Honorar vereinbart. Die Kunden sind schließlich mündig, da muss ein Versicherer nicht eingreifen.

HENZLER Ich glaube auch, dass bestimmte Gesellschaften Nettotarife gar nicht ins Schaufenster stellen wollen. Die Alte Leipziger hingegen bietet bereits seit 2013 für alle angebotenen Tarife jeweils



„Ich sehe die größten Chancen für Honorarberatung im Vorsorge- und im ganzheitlichen Financial Planning“

**Stephan Bruckner,
Verkaufsdirektor Deutschland
Liechtenstein Life**

„Viele Makler sehen noch nicht die Notwendigkeit, mit Kunden über Nettopolicen zu sprechen, um ihre Komfortzone nicht zu verlassen“

Handan Isik,
Geschäftsführende Gesellschafterin
und Mitinitiatorin, Dipay



auch Nettotarife an. Diese sind in unserer Angebotssoftware integriert, jeder Vermittler sieht folglich, dass es neben dem Einzeltarif und dem Tarif mit etwas reduzierter Abschlussprovision auch einen Nettotarif gibt. Wir unterscheiden intern nicht, ob ein Brutto- oder Nettotarif verkauft wird. Das ist ein gesundes Nebeneinander.

Aus dem Blick einer Serviceplattform – für wie zielführend halten Sie limitierende Faktoren seitens der Versicherer, Frau Isik?

ISIK Zielführend ist das definitiv nicht. Wenn solche Auflagen gefordert werden, sollte man als Makler umgehend den Kontakt zu anderen Anbietern suchen. Die Ausgestaltung der Vermittlervergütung ist eine Sache zwischen Vermittler und Kunde und nicht des Versicherers. Warum soll ein Makler der Versicherung offenlegen müssen, was er verdienen oder welche Vereinbarungen er umsetzen möchte?

In welchen Versicherungssparten oder Zielgruppen sehen Sie das größte Potenzial für Nettopolicen?

ISIK Nach unseren Erfahrungen wird oft nach Sachnettoprodukten gefragt. Das größte Potenzial sehen wir aber definitiv in der Altersvorsorge.

PENDL Ich sehe großes Potenzial bei vermögenden Kunden und Freiberuflern, die etwa über die Ruhestandsplanung, die Vermögensorganisation oder über das Thema Erben und Schenken sprechen, was oft zu großem Beratungsaufwand führt. Diese Kunden sind häufig aus anderen Bereichen bereits gewohnt, Honorare an den Steuerberater, den Rechtsanwalt oder andere Berater zu bezahlen.

BRUCKNER Ich sehe die größten Chancen für Honorarberatung ebenfalls im Vorsorge- und im ganzheitlichen Financial Planning, dazu gehören auch Themen wie Unternehmensnachfolge oder Stiftungsberatung.

HENZLER Über 80 Prozent der Nettopolicen, die wir verkauft haben, sind Produkte aus der ersten und der dritten Schicht. Bei den Zielgruppen sehe ich Selbstständige und gut verdienende Angestellte im Fokus. Das wird auch an den Beiträgen deutlich. Im Nettobereich haben wir einen wesentlich höheren laufenden Bei-

trag als in den Bruttotarifen. Ab 2022 wird es einen Schwung durch Riester-Policen geben. Denn die in diesem Bereich verbleibenden Versicherer werden fast nur noch Nettotarife anbieten. Letztes Jahr hat die Branche 278.000 Riester-Verträge verkauft, für viele Kunden wird die Förderquote von oft über 50 Prozent weiter attraktiv sein.

Wie lassen sich Nettopolicen mit dem Wunsch von Vermittlern, ihre Einnahmeseite durch Servicegebühren breiter aufzustellen, sinnvoll in einem Geschäftsmodell verbinden?

BRUCKNER Der Vermittler merkt, was sein Unternehmen werthaltig macht. Und das sind weniger Abschlussprovisionen, sondern eher laufende Einnahmen. Diese sind für eine Bewertung skalierbar. Man muss unterscheiden: Das Honorar bezieht sich auf Beratung und Vermittlung, aber alles was darüber hinausgeht, kann sich der Vermittler über ein Service-Entgelt vergüten lassen. Diese Serviceleistung muss klar definiert sein, etwa durch eigene AGBs. Da gibt es noch viele Unsicherheiten. Vermittler fragen →



„Der Impuls zu Nettopolicen kommt nicht vom Kunden – wenn er nicht vom Makler kommt, dann kommt er gar nicht“

Matthias Pendl,
Vertriebsmanager
Standard Life

etwa, wie mache ich das, darf ich überhaupt Rechnungen stellen, ist das Honorar umsatzsteuerbefreit? Daher passen professionelle Plattformen, die dem Vermittler dabei helfen, genau in die Zeit.

HENZLER Die wenigsten Vermittler stellen von heute auf morgen von brutto auf netto um. Das ist ein langer Weg, auf dem wir sie begleiten müssen. Meist beginnen sie damit, ihren Kunden neben einem Brutto- auch ein Nettoangebot zu unterbreiten und über die Vor- und Nachteile zu sprechen. Es ist zweifellos eine Hürde für Vermittler, mit Kunden direkt über ein Honorar zu sprechen. Daher haben wir seit Jahresbeginn NAV-Tarife lanciert, die eine Vergütung für den Vermittler abhängig vom Fondsvermögen auszahlen. Diese ist umsatzsteuerfrei und ein Zwischenschritt, um Vermittler von den Vorteilen eines Tarifs mit 100 Prozent Investitionsquote zu überzeugen. Dadurch werden sie sicherer in ihrer Argumentation und aufgeschlossener für den Weg in die Honorarberatung.

PENDL So wie der Kunde die Wahl haben sollte, sollte auch für den Makler die volle Flexibilität in der Vergütung zur Verfü-

gung stehen. Wir sehen auch den Trend in Richtung mehr Folgecourtage, mehr laufende Vergütung, um den Wert des eigenen Unternehmens zu steigern. Wenn Makler dafür sensibilisiert werden, dann werden ihre Lösungen genau in diese Richtung gehen. Mit Mut und Konsequenz kann man beispielsweise auch alle Kunden etwa mit drei Servicekundenmodellen anschreiben, auch auf die Gefahr hin, dass man ein paar Kfz-Einzelkunden verliert. Mit diesen hat man aber wahrscheinlich auch schon vorher kein Geld verdient und das künftige Geschäftspotenzial wäre überschaubar gewesen.

ISIK Unserer Erfahrung nach ist die Ansprache der Kunden sehr wichtig, sie muss transparent und klar sein. Vor der Beratung sollte eine Aufklärung über die verschiedenen Vergütungsarten erfolgen. Das hybride Modell, dem Kunden beide Varianten vorzustellen, ist ein guter Einstieg und erleichtert die Ansprache. Servicepakete kann man aber nicht einfach aus dem Ärmel schütteln. Inhaltliche und rechtliche Ausgestaltung müssen vorab geklärt sein. Durch Servicepauschalen findet im Übrigen auch

eine Bestandsveredelung statt. Wir haben Nutzer, die kein kostenloses Modell mehr anbieten und nur mit Bezahlvarianten für den kompletten Kundenkreis arbeiten. Das Servicepaket sorgt für eine gewisse Auslese und zieht dann genau den Kundenkreis an, mit dem der Makler dauerhaft arbeiten möchte. Es ist von Vorteil, etwas Geduld und eine offene Einstellung mitzubringen.

Inwieweit ist es sinnvoll, die Abwicklung komplett abzugeben?

HENZLER Sehr, denn die meisten Vermittler sind sehr unsicher bei der rechtlichen Ausgestaltung der Honorarvereinbarung. Wir bieten diesen Service nicht an, denn das wäre Rechtsberatung. Über einen Dienstleister mit Workshops lernen Vermittler von anderen Vermittlern, die diesen Weg bereits erfolgreich gegangen sind. Unter Umständen erlangen sie auch ein Honorarberater-Zertifikat, was sich gut auf der Visitenkarte oder auf der Homepage macht.

PENDL Es gibt zwar noch andere Modelle am Markt, bei denen Vermittler glauben, es selbst zu können, aber das ist nicht zu

empfehlen. Wir halten das Outsourcing der Abwicklung für sehr sinnvoll, denn die Kernkompetenz des Beraters liegt in der Beratung und nicht in der Abwicklung von Rechnungen, der Rechnungsstellung oder der Einforderung von Rechnungen. Auch für die Einführung einer Beratung gegen Honorar gibt es bereits begleitende Hilfsangebote, auch das ist absolut sinnvoll.

BRUCKNER Vermittler können sich über unser Schwesterunternehmen Cashyou eine Vergütungsvereinbarung erstellen lassen, das entspricht einer Honorarvereinbarung. Oder der Vermittler kann zu unserer Nettopolice eine laufende Vergütung mitvereinbaren. Diese ist dann prozentual auf das NAV bezogen. Die Zahlungsabwicklung übernimmt in beiden Fällen Cashyou. Für Service-Entgelte und alles was damit zu tun hat, verfügen wir über Kooperationen mit Plattformen wie Dipay und empfehlen diese gern.

Worauf müssen Makler achten, wenn sie zu einer solchen Plattform kommen?

ISIK Sie sollten die Leistung checken. Sind Vertrags-, Rechnungs- und Vergütungs-

abwicklung digital verzahnt? Wie intuitiv ist die Benutzeroberfläche der Plattform? Welche Schnittstellen stehen zur Verfügung? Nur durch zusammenarbeitende Prozesse und die richtigen Schnittstellen zu Verwaltungsprogrammen oder Angebotsrechnern wird dem Makler viel Arbeit und Zeit erspart. Wir bieten etwa auch ein Profi-Tool für individuelle Servicevereinbarungen sowie personalisierte Hand-outs und Endkundenkundenvideos als zusätzliche Unterstützung an. Ein weiteres Kriterium ist die Expertise der Ansprechpartner – gibt es ein juristisches Team? Und natürlich spielen die Kosten eine wichtige Rolle, hier sollte es ein differenziertes Preisschema geben. Denn gerade am Anfang der Umstellung sollte ein Einzelmakler nicht monatelang hohe Beiträge zahlen, ohne entsprechende Einnahmen zu haben.

Ihre Prognose bitte: Wo wird der Marktanteil von Nettopolices im Jahr 2030 liegen?

ISIK Bei 100 Prozent, falls wir bis dahin ein Provisionsverbot bekommen sollten. Ansonsten wäre es wünschenswert,

dass wir mit dem hybriden Modell für die breite Masse weiter vorankommen.

HENZLER Der Prozentanteil ist mir nicht so wichtig. Das Nebeneinander von Bruttotarifen, alternativen Vergütungsvarianten und Nettotarifen ist gesund und wird sich entwickeln. Am Ende entscheidet der Berater mit dem Kunden, welches Produkt am besten passt.

PENDL Wir glauben, dass der Anteil weiter steigen wird, allein schon, weil die Transparenz zunimmt. Wenn auch Courtagetarife transparenter werden, sinkt die Hürde, um vom Courtagetarif mit entsprechender separater Vergütungsvereinbarung zu wechseln. Das unterstützten wir.

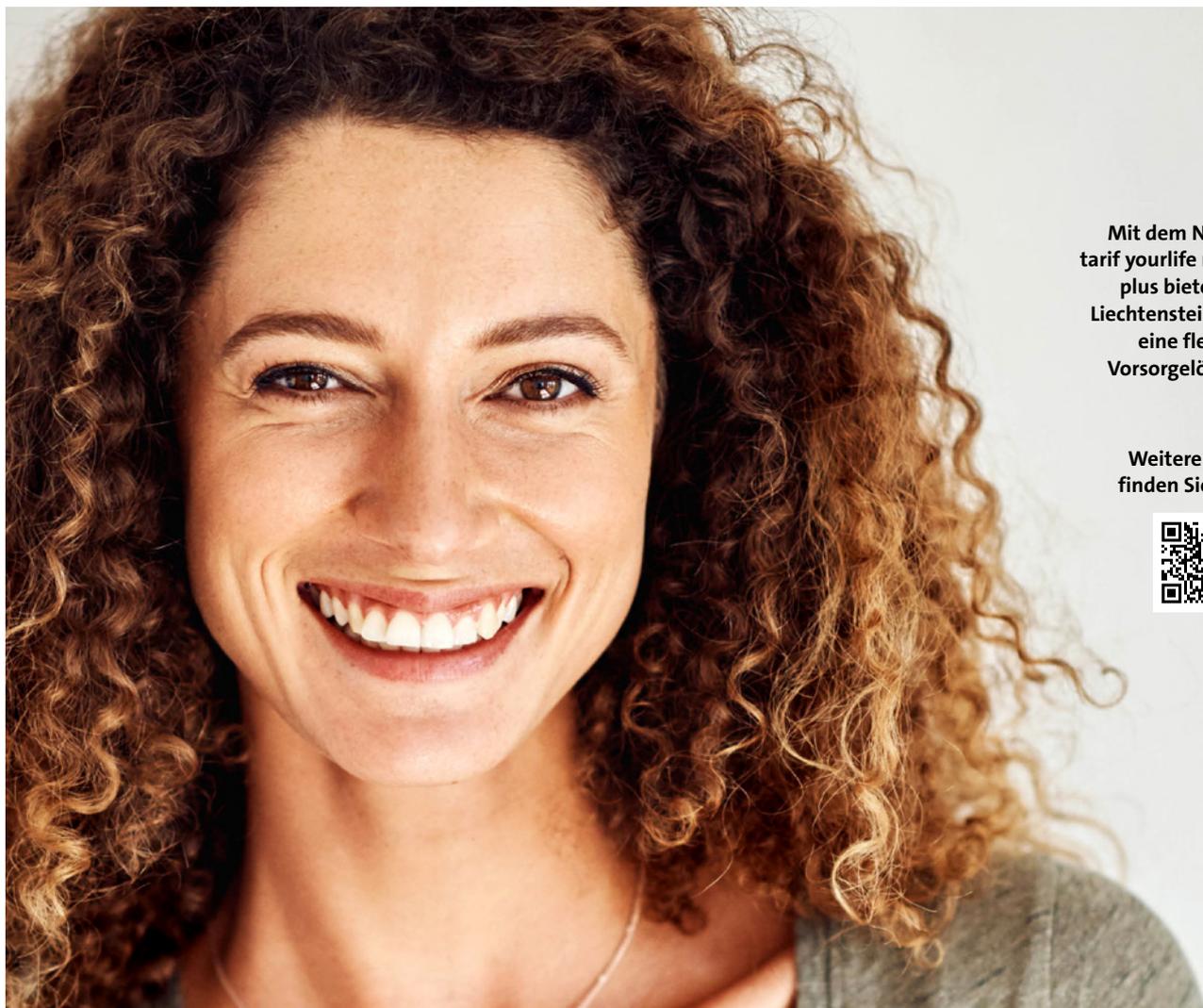
BRUCKNER Wir haben zu Jahresanfang 150 Vermittler befragt, davon konnten sich 60 Prozent Honorarberatung vorstellen und 17 Prozent hatten konkrete Pläne dazu für dieses Jahr. Das Interesse ist da. Zumindest alle, die hier versammelt sind, sind auf dem absolut richtigen Weg. Dieser ist manchmal etwas steinig und kostet viel Kraft, aber am Ende lohnt es sich! ■

Das Gespräch führte Oliver Lepold

„Es gibt noch zu viele Mogelpackungen am Markt. Um eine höhere Akzeptanz zu erzielen, müssen wir unsere Hausaufgaben machen“

Jürgen Henzler,
Leiter Dezentraler Vertrieb
Alte Leipziger Lebensversicherung





Mit dem Nettotarif yourlife netto plus bietet die Liechtenstein Life eine flexible Vorsorgelösung

Weitere Infos finden Sie hier



Flexible und nachhaltige Altersvorsorge – im transparenten Nettotarif

Mit den flexiblen Vorsorgelösungen der Liechtenstein Life können Kunden von den Renditechancen am Kapitalmarkt profitieren und ihr Geld nachhaltig investieren. Für den Versicherungsmakler ermöglicht das modulare Vergütungssystem eine transparente und individuelle Honorierung. So punkten Sie im Kundengespräch!

Die Liechtenstein Life ist seit vielen Jahren Vorreiter im Bereich Nettopolice. Nettopolice, wie die yourlife netto plus bieten den Kunden ein Höchstmaß an Flexibilität. Kostenlose Beitragserhöhungen, -senkungen oder -pausen sind jederzeit möglich, ebenso flexible Ein- und Auszahlungen. Die Altersvorsorge kann so stets an die persönlichen Bedürfnisse angepasst werden. Kunden können in bis zu zehn Fonds gleichzeitig investieren. Fondsshifts und Fondsswitches sind bis zu zwölfmal im Jahr kostenlos im Tarif enthalten. Neben einer Kapitalauszahlung bei Renteneintritt oder einer Verrentung des angesparten Vermögens ist auch eine Kombination mit Teilverrentung möglich.

Das modulare Vergütungsmodell

Der Vermittler stellt sich sein Vergütungssystem frei zusammen, er wählt aus einem Baukasten an Komponenten das für ihn passende Vergütungsmodell aus. Grundsätzlich schließt der Vermittler eine separate Vergütungsvereinbarung mit dem Kunden, Versicherung und Vergütung sind voneinander getrennt. Der Vermittler ist somit unabhängig von den Preis(Provisions)bestimmungen der Versicherer. Kann ein Kunde das Honorar nicht in einer Summe aufbringen, steht ihm eine Vergütungsvereinbarung (Factoring) über die Cashyou, einer Schwestergesellschaft von Liechtenstein Life, zur Verfügung. Der Kunde kann bequem in Raten zahlen und der Vermittler erhält die Honorarvergütung in einer Summe vom Factoring-Anbieter. So profitieren Kunden, als auch Vermittler von Nettotarifen.

Dank des modularen Vergütungsmodells kann der Vermittler neben dem einmaligen Honorar auch eine

laufende Vergütung direkt mit dem Kunden vereinbaren. Ist der Vermittler an langfristigen Einkommensquellen interessiert, bietet die Liechtenstein Life dazu eine Net-Asset-Value-Vergütung auf Basis des jährlichen Fondswertes an. Dies ermöglicht es dem Vermittler seinen unternehmerischen Preis für seine Leistungen individuell auf den Kunden anzupassen.

Vorsorge clever und nachhaltig

Aus der erstklassigen und breit aufgestellten Fondspalette der Liechtenstein, mit mehr als 250 Fonds der führenden Top-Anbieter, lässt sich für jeden Kunden eine maßgeschneiderte Anlagestrategie zusammenstellen. Kunden haben Zugang zu allen Assetklassen, darunter auch Exchange Traded Funds (ETFs), Dimensional Funds und zahlreiche Spezial- und Themenfonds. Die Liechtenstein Life ist Vorreiter in puncto nachhaltige Geldanlage. Kunden wählen aus aktuell 55 ESG-konformen Fonds, davon gelten allein 18 Fonds als „dark-green“ entsprechend Art. 9 SFDR dem höchsten Standard in puncto nachhaltige Geldanlage. Ein wichtiger Faktor in einer Zeit, in der Kunden immer mehr auf Nachhaltigkeit bei Finanzprodukten Wert legen.

Die Anlagestrategie im Gleichgewicht

Die yourlife netto plus beinhaltet neben dem jährlichen Rebalancing zwischen den gewählten Fonds auch ein unterjähriges „Dynamic Rebalancing“ der Beitragsprämien als Option auf Wunsch des Kunden. So werden Gewinne rechtzeitig gesichert. Die Anlage entspricht über den gesamten Versicherungszeitraum dem Risikoprofil des Kunden. ■

Sabine Groth

Das modulare Vergütungssystem der Liechtenstein Life



Warum Kunden bei Nettopolicen doppelt sparen können

Wegen des Niedrigzinsumfeld gewann ein Aspekt in der Altersvorsorge in den vergangenen Jahren besonders an Bedeutung: die Kosten der Produkte. Versicherungen schneiden dabei nicht immer gut ab. Die Bemessungsgrundlage für die Abschlussprovision bildet der Gesamtbeitrag, den der Kunden in seinen Vertrag über 40 Jahre oder noch länger einzahlt. Diese Kosten für die Vermittlung des Vertrags werden insbesondere in den ersten Vertragsjahren berechnet und stehen in der Kritik. Seitens des Gesetzgebers drohen deshalb Eingriffe, zum Beispiel durch einen Provisionsdeckel.

Aber auch während der Vertragslaufzeit fallen Kosten an. Bei einer Dynamikvereinbarung zum Beispiel wird ebenfalls eine auf den jeweiligen Fall hochgerechnete Summe vom Versicherungsnehmer gezahlt. Gleiches gilt, wenn er von seinem Recht Gebrauch macht und zum Beispiel einmal jährlich eine Sonderzahlung leistet. Auch hiervon muss er 4 oder 5 Prozent an den Vermittler abgeben.

Vergütung ist unabhängig

Demgegenüber steht die Nettopolice. Hier vereinbaren der Berater und der Kunde eine Vergütung, die nichts mit dem später gewählten Produkt zu tun. Die Gestaltung variiert und kann beispielsweise pauschal, wiederkehrend oder in Prozent vom Anlagebetrag berechnet werden. Durch diese geschlosse-

nen Vereinbarungen herrscht maximale Transparenz beim Kunden. Handelt es sich um eine Vermittlungsvergütung (zu einer Nettopolice), profitieren beide Seiten. Die Vergütung ist ebenso wie eine Provision aktuell von der Umsatzsteuer befreit. Die Leistung aus einer Honorarberatung dagegen ist umsatzsteuerpflichtig.

Zudem kann der Makler mit dem Kunden eine Servicevereinbarung abschließen, die für beide Seiten gewährleistet, dass der Makler sich künftig um den Kunden und den Vertrag kümmert – und dafür angemessen bezahlt wird.

Geringere Verwaltungskosten

Vergessen und unterschätzt wird der Effekt, dass die Verwaltungskosten von Versicherern und Kapitalanlagegesellschaften bei Nettotarifen oftmals ebenfalls geringer sind. Diese zusätzliche Kostenersparnis geben sie an den Kunden weiter. Somit kann sich der Abschluss einer Nettopolice mehrfach lohnen.

Neben den eingesparten Kosten, die sich direkt bemerkbar machen, steht mehr Geld zum Einzahlen in das Altersvorsorgeprodukt zur Verfügung. Dies stärkt den Zinseszinsseffekt und führt zu höheren Ablaufleistungen und mehr Kundenzufriedenheit, nicht zuletzt beim Blick auf die laufenden Policenwert-Mitteilungen. Wettbewerbsfähige Nettoprodukte können damit auch bestandssichernd wirken und für neue Kundenempfehlungen sorgen. ■ Manila Klafack



Für diese junge Frau kann die gezielte Nachfrage nach Nettotarifen sinnvoll sein – sie kann damit ordentlich Geld sparen

Vielen Kunden ist nicht klar, welche Kosten für sie bei einem Versicherungsvertrag anfallen. Dazu zählen die Abschlussprovision, aber auch die während der Laufzeit eines Vertrags entstehenden Kosten. Bei Nettotarifen sind diese Kosten im Vergleich geringer als bei Provisionstarifen – und das kann sich ordentlich auf den Wert des Vertrags zum Laufzeitende auswirken



Foto: VFDstudio/FreePik.com

Fokus auf Rendite und hohe Flexibilität

Wie Standard Life die Chancen auf eine Top-Performance in der Altersvorsorge systematisch erhöht und welche Vorteile ein Investment in das Einmalbeitragsprodukt WeitBlick für Kundinnen und Kunden und Beraterinnen und Berater noch bietet, erfahren Sie hier

Foto: Standard Life



In den vergangenen Jahren hat die Flexibilität von Versicherungstarifen enorm zugenommen. Galten die Produkte zuvor als langweilig, unattraktiv und unflexibel, so bieten moderne Fondspolizen inzwischen vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten und sehr gute Renditechancen. Kundinnen und Kunden können regelmäßig Zuzahlungen oder Teilauszahlungen tätigen.

Sie können sich aber bei dem Einmalbeitragsprodukt WeitBlick der Standard Life auch für au-

Weitere Infos zu den Altersvorsorgeprodukten von Standard Life finden Sie hier



tomatisierte Auszahlpläne entscheiden, bei denen die Höhe der Auszahlungen beziehungsweise die Auszahlzeitpunkte flexibel verändert werden können. Darüber hinaus können sie die Investment-Entscheidungen überprüfen und ihr Portfolio zwölfmal im Jahr anpassen, ohne dass Kosten oder Steuern anfallen.

Auch für Vermittlerinnen und Vermittler bieten moderne Fondspolizen ein hohes Maß an Flexibilität, vor allem bei der Vergütung. So können



Mit dem
Einmalbeitrags-
produkt
WeitBlick der
Standard Life
können Sie
sich auch für
automatisierte
Auszahlpläne
entscheiden

sie je nach der individuellen Kunden- und Beratungssituation zwischen klassischen Provisions-
tarifen, Honorartarifen und flexiblen Vergütungs-
modellen mit einer deutlich höheren laufenden
Vergütung wählen. Mit dem Tarif V bietet Stan-
dard Life einen Tarif, bei dem Kunde und Vermitt-
ler sehr individuell Abschlussvergütung und lau-
fende Provision vereinbaren können.

„Wir stellen deutlich fest, dass alternative Ver-
gütungsmodelle in den vergangenen Jahren von
Kundenseite deutlich häufiger nachgefragt und
von Beraterinnen und Beratern aber auch akti-
ver angeboten werden“, sagt Christian Nusche-
le, Head of Sales & Marketing bei Standard Life.
„Gerade Tarife, bei denen Kundinnen und Kunden
mit den Beraterinnen und Beratern die Tarife in-
dividuell vereinbaren, haben in den letzten Jah-
ren stark an Bedeutung gewonnen. Ob Honorar-
oder flexibler Provisionstarif die bessere Lösung
ist, hängt in erster Linie vom Geschäftsmodell
der Vermittlerinnen und Vermittler ab. Sie soll-
ten sich aber mit beiden Varianten beschäftigen,
nicht zuletzt, um sich unabhängiger von Regulie-
rungsmaßnahmen zu machen.“

Ausgezeichnete Fonds als Schlüssel zum Erfolg

Flexibilität ist bei der Altersvorsorge von großer
Bedeutung. Für eine erfolgreiche Altersvorsorge
ist es aber ebenso wichtig, dass das Vorsorgepro-
dukt eine attraktive Rendite erwirtschaftet. Fonds-
policen erschließen inzwischen chancenreiche
Anlagemöglichkeiten, die mit einem Depot oder
einem Fondssparplan absolut vergleichbar sind.
Zum Teil bieten sie sogar Fondslösungen und ge-
managte Portfolios, die ausschließlich im Versi-
cherungsmantel und nicht auf den bekannten
Plattformen erhältlich sind.

Als Experte für die fondsgebundene Altersvor-
sorge und den Vermögensaufbau stellt Standard
Life eine umfangreiche und gut diversifizierte
Investment-Auswahl für investmentaffine Ber-
aterinnen und Berater zur Verfügung. Neben her-
kömmlichen Asset-Klassen und den Multi-As-
set-Portfolios der MyFolio-Familien bereichern
zudem eine Reihe nachhaltiger Fondslösungen
verschiedener Anlageklassen mit unterschiedli-
chen Nachhaltigkeitsansätzen das Fondsuniver-
sum von Standard Life.

Auch aktuelle Trendfonds etwa zu den Themen
Technologie, Gesundheitsvorsorge oder Rohstoffe
finden sich selbstverständlich in der Fondspalette.
„Standard Life steht seit 25 Jahren für die invest-

mentororientierte Altersvorsorge. Dabei ist eine sorg-
fältige Fondsauswahl ganz entscheidend. Dass wir
hier sehr gute Arbeit leisten, zeigt die aktuelle Aus-
zeichnung von Assekurata, die unser Fondsangebot
erneut als sehr gut eingeschätzt hat“, sagt Nuschele.

Strenge Auswahlkriterien für Fonds

Standard Life setzt beim Investment-Angebot in
Fondspolicen auf verbindliche Auswahlkriteri-
en, die höchste Qualität garantieren. So müssen
sämtliche Fonds in den Altersvorsorgeprodukten
zwei der folgenden drei Ratings erfüllen: mindes-
tens drei Sterne bei Morningstar, mindestens drei
Sterne bei FWW und/oder mindestens eine C-Be-
wertung bei Scope. Zudem kommen nur zulässige
Fonds respektive zulässige Investitionen gemäß
den im europäischen Vergleich anspruchsvollen
Regulierungsvorschriften der Central Bank of Ire-
land (CBI) infrage. Diese Selektionskriterien und
Kontrollen machen die Altersvorsorgeprodukte
der Standard Life zu einem besonders qualitäts-
orientierten Investment mit überzeugenden Ren-
ditechancen für die Kundinnen und Kunden.

Clean Share Classes für die Produktpalette

Standard Life legt seit jeher sehr großen Wert auf
Transparenz. Im vergangenen Jahr hat der Versi-
cherer auf die Brutto-Illustration umgestellt und
weist Versicherungs- und Investment-Kosten ge-
trennt aus. Bei den Fondskosten profitieren Kun-
dinnen und Kunden von provisionsfreien An-
teilsklassen. „Seit Sommer vergangenen Jahres
nutzen wir ausschließlich provisionsfreie ‚Clean
Share Classes‘“, betont Christian Nuschele. Der
Kostenvorteil der Clean Shares gegenüber der Re-
tailklasse ein- und desselben Fonds kann dabei
bis zu 0,85 Prozentpunkte betragen. Die überwie-
gende Mehrheit der Fonds ist unter einem Prozent
Fondskosten erhältlich.

Mit dem Investment-Partner abrdn sind zu-
dem für die internen Fonds attraktive Sonder-
konditionen vereinbart worden. So sind die
Multi-Asset-Fonds der MyFolio-Familien preis-
lich deutlich attraktiver geworden. Die aktiv ge-
managten Varianten kosten im Schnitt nun 0,34
Prozent, die passiven MyFolios lediglich 0,14 Pro-
zent. „Damit sind die MyFolios mit den geringen
Kosten eines ETFs vergleichbar. Zu den passiven
Investments bieten sie on top noch eine aktive
strategische Asset-Allokation. Dies kommt auf Be-
rater- wie auf Kundenseite sehr gut an“, unter-
streicht Nuschele. ■

Oliver Lepold

„Das Geschäftsmodell Bruttopolice ist überholt“

PFEFFERMINZIA Laut einer Umfrage kann sich inzwischen eine Mehrheit der Makler vorstellen, auf Honorarbasis zu arbeiten. Wie erleben Sie das in Ihrem Umfeld bei Maklerkollegen und Kunden – geht der Trend zu Nettopolices?

KAY ROGALLA Ich kenne die Umfrage und kann diesen Trend nur bestätigen. Allein vom Kundennutzen her betrachtet, spricht alles für die Nettopolice. Um das zu erkennen, muss man lediglich durchrechnen, welchen Ertrag der Kunde hat, wenn er die Abschlussgebühr gleich bei Vertragsabschluss bezahlt. Wenn Sie diese Summe mit dem Ertrag vergleichen, den er bei einer gezillerten Abschlusscourtage hat – die ihn die ersten 60 Vertragsmonate belastet –, dann werden Sie feststellen: Den entstehenden Zinseszinsverlust holt er nie wieder auf. Ich meine: Es gibt keinen Grund mehr für Bruttopolices. Das Geschäftsmodell ist überholt, jedenfalls was Altersvorsorge betrifft. Aber man muss natürlich differenzieren. In anderen Versicherungssparten geht es nicht ohne laufende Courtage.

Was hat Sie dazu bewogen, auf Nettopolices zu setzen?

ROGALLA Es gibt mehrere Arten von Mehrwert für alle Beteiligten: Zunächst den gerade beschriebenen Nutzen für den Kunden, der eine höhere Ablaufleis-



Viele Makler sind verunsichert, was die Zukunft der Provisionsregelung angeht. Als alternatives Vergütungsmodell rückt die Vermittlung von Nettopolicen deshalb in den Fokus. Über seine Erfahrungen in diesem Bereich spricht Kay Rogalla, Finanzfachwirt und Geschäftsführer der Optima GmbH

Kay Rogalla ist
Geschäftsführer der
Optima GmbH

tung generiert. Maklerinnen und Makler haben den Vorteil, dass ihre Dienstleistung vom Sparvertrag getrennt stattfindet und die Stornohaftung wegfällt. Aber auch für die Gesellschaften ergibt sich ein Vorteil, weil sie sofort liquide Mittel bekommen – im Gegensatz zu ratierlichen, über 60 Monate laufenden Zahlungen bei der Provisionsregelung. Sie können also ohne Verzug mit dem größten Teil der Beiträge arbeiten.

Trotz dieses Vorteils für Versicherer beklagen viele Makler, dass es bei Nettopolicen noch zu wenige Produkte gibt. Teilen Sie diese Kritik?

ROGALLA Ich bin jetzt seit 17 Jahren in der Branche tätig und aus meiner subjektiven Empfindung kann ich sagen, dass die Akzeptanz von Nettopolicen zuletzt deutlich zugenommen hat. Insgesamt ist der Bereich aber sicher noch ausbaufähig.

Wie wichtig ist es nach Ihrer Erfahrung, sich im Geschäft mit Nettopolicen externe Unterstützung zu holen?

ROGALLA Sehr wichtig. Das Thema ist rechtlich und was den Integrationsprozess in den Bestand betrifft zu komplex, als dass ich mir anmaßen würde, alles selbst umzusetzen. Statt viel Zeit und Energie zu opfern und am Ende dann doch mit einem unbefriedigenden Er-

gebnis dazustehen, würde ich immer dazu raten, die Umstellung in die Hand eines externen Dienstleisters zu geben und dessen bewährte Prozesse zu übernehmen. Ich vergleiche das immer mit einer Unternehmens-Website: Sicher – die kann ich mir auch selbst basteln, manche Makler tun das ja. Das Ergebnis sieht in den meisten Fällen leider auch dementsprechend aus. Ich glaube, man fährt besser, wenn man ein paar Euro in die Hand nimmt und Profis beauftragt. Das gilt auch beim Thema Nettopolicen.

Was sollten Kolleginnen und Kollegen bei der Auswahl des richtigen Partners beachten?

ROGALLA Zunächst einmal nichts überstürzen. Wir haben mit Optima ein Jahr lang recherchiert: Wie und mit wem bekommen wir das Thema am besten umgesetzt? Es gibt viele Dienstleister, die theoretisch prima erklären können, wie alles funktioniert. Es kommt aber darauf an, dass auch die technischen Mittel, das Know-how und die praktischen Umsetzungsmöglichkeiten vorhanden sind. Dabei geht es zum Beispiel um die Rechnungsstellung, um Vertragsgestaltung mit digitaler Unterschrift und um einiges mehr. All das sollte ein guter, externer Dienstleister bieten. ■

Das Gespräch führte René Weihrauch

Foto: Optima

MEHR TRANSPARENZ BEI

Provision gibt's auf Basis des Fondsguthabens:
Für ihre etablierte Fondspolice ALfonds bietet die Alte Leipziger drei Tarifgruppen mit alternativen Vergütungsmodellen an. Hier kommen die Details

Mit ihrer Produktfamilie ALfonds bietet die Alte Leipziger seit vielen Jahren Lösungen für die fondsgebundene Altersvorsorge an. Die Flexibilität und Anlagemöglichkeiten für die Kunden innerhalb der Policen wurden stetig ausgebaut. Auch die Vertriebspartner hat der Versicherer bei seinen Anpassungen nicht vergessen. Seit diesem Jahr gibt es ein neues Vergütungssystem mit den drei Tarifgruppen FB, FE und FC, das alternativ zum klassischen Modell gewählt werden kann.

Das sogenannte NAV-Modell kann sowohl für die Fondsrente ohne Garantien (FR 10) als auch für die fondsgebundene Basisrente (FR 70) genutzt werden. NAV steht für Net Asset Value, auf Deutsch: Nettoinventarwert. Er wird meist pro Fondsanteil angegeben, wird einmal pro Geschäftstag berechnet und zeigt an, was ein Fondsanteil gerade wert ist. Und bei dem NAV-Vergütungsmodell für die Fondspolice ist er – und nicht die Beitragssumme – die Basis für die Höhe der Vergütung.

Mit oder ohne Abschlussvergütung

Eine Abschlusszahlung entfällt bei den beiden neuen Tarifvarianten FB und FE komplett, sie basieren ausschließlich auf einer laufenden Bestandsprovision. Die Vertriebskosten werden da-

bei nicht vom Beitrag abgezogen, sondern dem Fondsguthaben entnommen und sind auch von dessen Höhe abhängig, was für eine hohe Kostentransparenz sorgt. Gleichzeitig kann der Makler an einer guten Entwicklung des Fondsportfolios seines Kunden mitverdienen. Denn je höher das Fondsguthaben, desto höher ist seine Vergütung. Für Makler, die nicht voll auf Bestandsvergütung umstellen wollen, bietet die Alte Leipziger mit dem Tarif FC eine Mischung aus Abschlussgebühr und laufender Zahlung. Bei Einmalzahlung wird erstere direkt vom Beitrag abgezogen. Bei laufenden Beiträgen wird sie über fünf Jahre aus den Beiträgen entnommen. Die zusätzliche Bestandsvergütung orientiert sich dann wieder am Fondsguthaben.

Von Anfang an voll investieren

Gerade mit den reinen NAV-Tarifen FE und FB rückt die Fondspolice näher an den klassischen Fondssparplan – ohne ihre Vorteile als Versicherung zu verlieren. Der Kunde kann von Anfang an voll in die von ihm ausgewählten Fonds investieren, und das Geld kann so länger an den Kapitalmärkten „arbeiten“. Beitragshöhen können flexibel angepasst werden und auch Zuzahlungen sind während der Laufzeit möglich – bei Policen



Weitere Infos
dazu finden sie hier



FONDSPOLICEN



Foto: Alte Leipziger

der dritten Schicht ebenfalls Entnahmen. Fondswechsel und das Umschichten des Guthabens in andere Fonds sind kostenlos möglich. Und zwar ohne dass dabei sofort wie in der direkten Fondsanlage Steuern auf die Gewinne anfallen.

ETF-Versicherung statt ETF-Sparplan

Für die ALfonds-Policen steht eine breite Palette an Fonds zur Auswahl, darunter auch nachhaltige Produkte. Ebenfalls sind zahlreiche Exchange Traded Funds (ETFs) sowie gemanagte ETF-Portfolios mit unterschiedlichem Risikoprofil im Angebot. Die börsennotierten Fonds zeichnen sich durch

vergleichsweise niedrige Kosten aus und erfreuen sich daher zunehmender Beliebtheit unter Anlegern. Eine ETF-Versicherung ohne anfängliche Abschlusskosten ist eine interessante Alternative zum klassischen ETF-Sparplan. Sie besticht dabei unter anderem durch eine im Vergleich vorteilhafte steuerliche Behandlung. Zudem kann nur eine Versicherung eine lebenslange Verrentung des angesparten Fondsguthabens darstellen, und für den Fall der Berufsunfähigkeit kann eine Weiterzahlung der Sparrate durch die Alte Leipziger vereinbart werden. Die Vorteile gelten natürlich auch für Policen mit aktiv gemanagten Fonds. ■ Sabine Groth

Das Net Asset Value (NAV) Modell gilt als zukunftsweisendes Modell für die Vergütung

Neue Einnahmequellen erschließen

Für Versicherungsmakler werden Nettopolicen und Servicevereinbarungen künftig stark an Bedeutung gewinnen. Doch wie gelingt der Umstieg vom klassischen Courtagemodell auf das zukunftsfeste Einnahmekonzept? Und welche Services können Makler dem Kunden direkt in Rechnung stellen? Ein Überblick

Steigender Zeitaufwand für die Kundenbetreuung, umfangreiche gesetzliche Weiterbildungs-pflichten, immer mehr Dokumentationsaufgaben: Makler müssen ihr berufliches Engagement seit Jahren stetig erhöhen, um ihre Position im Versicherungsmarkt behaupten zu können. Häufig steht der steigende Aufwand in einem immer ungünstigeren Verhältnis zur klassischen Vergütung durch Abschluss- und Betreuungsprovisionen.

Geld für Zusatz-Services?

Für Makler werden darum neue Vergütungsmodelle immer wichtiger, mit der sie ihre Einnahmeseite nachhaltig stärken können. Zumal sie beim Verkauf von Nettopolicen keine Courtage mehr vom Versicherer erhalten und auch die üblicherweise daran anschließende Betreuungsprovision entfällt. In diesem Fall bieten Servicevereinbarungen die Chance auf eine zusätzliche regelmäßige Einnahme.

In einer solchen Vereinbarung verpflichtet sich der Makler gegenüber dem Kunden zu Services, die über seine obligatorischen Dienstleistungen hinausgehen

Für Versicherungs-
makler werden
Nettopolicen und
Serviceverein-
barungen künftig
stark an Bedeutung
gewinnen



(siehe Kasten Seite 27). Für die zusätzliche Betreuung erhält der Makler ein Honorar direkt vom Kunden.

Ein tragfähiges Servicekonzept

Wichtig bei der Auswahl der zusätzlichen Services: Sie müssen zur Zielgruppe des Versicherungsmaklers passen und seinen Kunden einen Mehrwert bieten. Vor dem teilweisen oder kompletten Umstieg auf alternative Vergütungsmodelle bedarf es deshalb der genauen Analyse, welche Servicewünsche Bestands- und Neukunden haben und welche Services der Makler leisten kann. Spezialisierte Dienstleister helfen ihm dabei, im ersten Schritt ein



Foto: pressfoto / Freepik.com

Leistungen, die zu Extra-Services zählen



Betreuung von Nettoprodukten und Fremdverträgen



Erstellen und Pflege eines digitalen Versicherungsordners für den Kunden



Intensive Hilfe im Fall eines größeren Versicherungsschadens, zum Beispiel am Auto oder Haus. Hier kann der Makler die Schadenabwicklung koordinieren und die Kommunikation zwischen Gutachter, Versicherung und Kunde übernehmen



Kundenteilhabe am Maklernetzwerk, zum Beispiel durch Vermittlung eines Rechtsanwalts oder Gutachters zur Schadenermittlung



Regelmäßige Policen-Checks, auf deren Basis der Makler seinen Kunden Versicherungsschutz anbieterübergreifend zu einem günstigeren Preis oder zu besseren Versicherungsleistungen anbietet

tragfähiges, auf die Kundenbedürfnisse abgestimmtes Servicekonzept zu erarbeiten und ein realistisches Preissystem für zusätzliche Leistungen festzulegen.

Auch nach der Startphase bieten Experten Maklern fachliche Begleitung und administrative Unterstützung an, übernehmen auf Wunsch die Rechnungserstellung und Zahlungsabwicklung, gewähren Zugang zu Berechnungs- und Vergleichsprogrammen oder stellen rechtssichere individuelle Vertragsvorlagen für Servicevereinbarungen zur Verfügung. Der Makler kann sich derweil komplett auf sein operatives Geschäft konzentrieren.

Extra-Services: Mehrwert für Kunden

Doch nicht alle Kunden sind sofort bereit, bessere Serviceleistungen extra zu vergüten. Gegen die über viele Jahre gewachsene Gratis-Mentalität helfen nur überzeugende Argumente. Makler sollten auf den Mehrwert ihrer Serviceleistung für den Kunden verweisen und transparent Kosten und Nutzen gegenüberstellen. Makler, die ihre Hausaufgaben gemacht haben und ihren Kunden individualisierte Servicepakete anbieten, haben die besten Argumente, um sie von Extra-Services überzeugen zu können.

Zu den positiven Effekten von Servicevereinbarungen zählt nicht nur, dass sie Maklern zusätzliche zukunfts feste Einnahmen bringen und sie unabhängiger von Courtagen der Versicherer machen. Vergleicht man die durchschnittliche BPEinnahmen eines Maklers in Höhe von ca. 200 Euro im Jahr, die er bei einem Privatkunde erzielen kann, mit einer Servicevereinbarung von 300 Euro im Jahr, erkennt man schnell, welches Potential besteht.

Zugleich stärken passgenaue Extra-Services auch das Vertrauen der Kunden in den Makler und damit die Kundenbindung. Damit steigt der Wert des Kundenbestandes und damit des Maklerbüros. Der Umstieg auf alternative Vergütungsmodelle zahlt sich für Makler somit doppelt aus: im Tagesgeschäft und bei einem möglichen späteren Unternehmensverkauf. ■ Jens Lehmann

Illustration: Freepik / www.flaticon.com



Die smarte Komplettlösung

für

Servicevereinbarungen, Honorare & Nettopolicen.

Automatische Rechnungsstellung und Versand

Automatischer SEPA-Einzug

Automatische Auszahlung und Abrechnung

Geprüfte Vertragsmuster

Import+ Exportfunktion

API-Schnittstelle

Endkundenportal

Geschäftspartnerabrechnung

Marketplace

Experten Campus

Automatische, digitale Vertragserstellung

Profitool Servicepauschalen

Endkundenvideo & Handouts

White Label Funktion

u.v.m.

FREESTART bis ENTERPRISE

Jetzt kostenfrei testen.

<https://www.light.dipay.de/login>

50€ Plattform-Guthaben

bei Vermittlerumfrage sichern.

<https://ivlv.me/4UAlx>



 **03722-90004**