

Private Altersvorsorge: Makler empfehlen fondsgebundene Produkte

Beim Thema private Altersvorsorgeprodukte werden aktuell fondsgebundene Lebensversicherungen von Versicherungsmaklern als attraktiver eingeschätzt als klassische Lebens- oder Rentenversicherungen. So beurteilen 41 Prozent der Makler die Attraktivität solcher Versicherungen für ihre Kunden von „ausgezeichnet“ bis „gut“.

Beim Thema private Altersvorsorgeprodukte werden aktuell fondsgebundene Lebensversicherungen von Versicherungsmaklern als attraktiver eingeschätzt als klassische Lebens- oder Rentenversicherungen. So beurteilen 41 Prozent der Makler die Attraktivität solcher Versicherungen für ihre Kunden von „ausgezeichnet“ bis „gut“. Bei den klassischen privaten Altersvorsorgeprodukten spricht sich hingegen nur jeder fünfte Makler (20 Prozent) für eine erhöhte Attraktivität aus. Dies ist das Ergebnis der vierteljährlich erhobenen Studie „Makler-Absatzbarometer“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. Für die Studie wurden im März 2013 bundesweit 216 unabhängige Finanz- oder Versicherungsvermittler befragt.

Wie die Studienergebnisse zeigen, bieten Allianz, Alte Leipziger, LV von 1871, Nürnberger und Volkswohlbund (in alphabetischer Reihenfolge) aus Sicht der Makler die besten Produktinnovationen im Bereich der klassischen Lebens- und Rentenversicherungen. Neben Auszahlungsgarantien und der Marke als Vertrauensanker werden Verknüpfungen mit Pflegeoptionen und eine Produktflexibilität von den Maklern als besonders innovativ erlebt.

Bei Betrachtung der fondsgebundenen Lebens- und Rentenversicherungen werden Allianz, Canada Life, Condor/Optima, LV von 1871 und Volkswohlbund im Bereich der Produktinnovationen von den befragten Maklern am häufigsten als beste Gesellschaft genannt. Bei diesen Produkten der privaten Altersvorsorge werden vor allem die Fondsauswahl, Flexibilität während der gesamten Produktlaufzeit sowie spezielle Garantieangebote als besonders innovativ bewertet.

„Die scharfen Veränderungen im Kapitalmarkt und Kundenbedarf erfordern weitere Produktinnovationen, gerade auch im Bereich der biometrischen Absicherung wie der Langlebigkeit“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. Als geeignete Alternative zu klassischen oder fondsgebundenen Lebensversicherungsprodukten sehen die Makler mit 51 Prozent vor allem die betriebliche Altersvorsorge, einen Sparplan mit Aktienfonds (41 Prozent) sowie Immobilienkauf (39 Prozent) und Riester-Rente (34 Prozent).

Ferner liefert die Studie eine differenzierte Darstellung der aus Maklersicht attraktiven Innovationen je Versicherungsanbieter und eignet sich sehr gut für eine Bestandsaufnahme der Maklererwartungen an die privaten Altersvorsorgeprodukte der Zukunft sowie die neuen Angebote von Wettbewerbern.

Absatzindex im Geschäftskundenbereich auf Niedrigstand

Um fünf auf 57 Punkte und damit auf ein sehr niedriges Niveau, ist im ersten Quartal 2013 der Absatzindex für das Privatkundengeschäft der Makler gesunken und liegt nur noch knapp über der Expansionsschwelle von 50. „Das traditionell schwächere erste Quartal ist zusätzlich durch einen starken Nachfragerückgang im Lebens- und Krankenversicherungsgeschäft geschwächt worden“, interpretiert Gaedeke die Zahlen. Im Geschäftskundenbereich ist der Absatzindex im

Vergleich zum Vorquartal ebenfalls gesunken und liegt nun mit 58 Punkten auf dem niedrigsten Niveau seit 2010. Auch hier ist die geringere Geschäftsklimaeinschätzung durch das schwächere bAV-Geschäft zu begründen, das durch eine erhöhte Nachfrage für Kredit- und Immobilienversicherungen nicht kompensiert werden kann.

Über das YouGov MaklerPanel:

Das MaklerPanel bietet Zugang zur Zielgruppe der unabhängigen Finanz- und Versicherungsmakler zu Marktforschungszwecken. Die registrierten Makler nehmen regelmäßig an Online-Befragungen des Makler-Absatzbarometers teil. Über diese Plattform haben Makler die Möglichkeit, als registriertes Mitglied durch die Teilnahme an Umfragen ihre Meinung zu verschiedenen branchenrelevanten Themen abzugeben.

Hier geht es zur Anmeldung für Versicherungs- und Finanzmakler:

<http://maklerpanel.yougov.de/>

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://research.yougov.de/services/makler-absatzbarometer/>

Kontakt zur Studienleitung:

Peter Mannott

- Consultant -

Tel.: 0221 / 420 61 - 370

E-Mail: peter.mannott@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Tel.: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein im Jahr 2000 gegründetes, börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartner-befragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen "in Echtzeit".

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

