



Nedim Kaplan, Ökoworld



Jens Arndt, myLife



Dr. Winfried Gaßner, WWK



Jürgen Henzler, Alte Leipziger



Sebastian Engel, Alpha Real Estate Group



Andreas Schrobback, AS Unternehmensgruppe

„ALTERSVORSORGE MUSS ERLEBBAR WERDEN“

Das Thema Altersvorsorge ist essenziell, um den Lebensabend möglichst unbeschwert gestalten zu können. Doch nicht wenige Deutsche stellen sie immer häufiger zur Disposition. Sechs Experten aus den Segmenten Versicherungen, Investmentfonds und Immobilien diskutieren – coronabedingt per Videokonferenz –, wie sich dem wichtigen Thema wieder mehr Schwung verleihen lässt und was für die Altersvorsorge vom Megatrend Nachhaltigkeit zu erwarten ist.

In einer aktuellen Umfrage von YouGov hat für 30 Prozent der Deutschen während der Corona-Pandemie die Absicherung der eigenen Altersvorsorge an Bedeutung gewonnen. Auf der anderen Seite hat das Deutsche Institut für Altersvorsorge ermittelt, dass im März und April viele Deutsche ihre bestehenden Altersvorsorgeverträge gekürzt haben. Wie nehmen Sie die aktuelle Situation wahr, was bekommen Sie aus dem Vertrieb gespiegelt?

Henzler: Als der Lockdown kam, war es natürlich sehr spannend. Die Vermittler konnten ihre Kunden nicht mehr besuchen, wir durften alle nicht mehr reisen. Eine solche Situation kannten wir in Deutschland bis dato nicht. Rückblickend auf die letzten drei, vier Monate lässt sich feststellen, dass die Sparquote in Deutschland von 9,7 auf mittlerweile 20 Prozent gestiegen ist. Unsere Kunden haben keine Panik bekommen, als die Kurse

eingebrochen sind. Die Börsen haben sich mittlerweile vom Tiefstand im März wieder sehr deutlich erholt und die Zuversicht nimmt zu. Krisenzeiten waren auch in der Vergangenheit immer Zeiten, in denen sich die Kunden vermehrt um Sicherheit gekümmert haben. Das ist auch jetzt so und es betont noch einmal diesen Trend in der privaten Altersvorsorge, das zeigen auch die Zahlen. Ich hätte nie gedacht, dass wir bisher so stabil durch diese Corona-Zeiten gehen. Natürlich liegt das auch ein gutes Stück weit am Digitalisierungsschub. Wir als Versicherer, aber auch draußen die Vermittler finden ganz neue Formen der Zusammenarbeit und der Kommunikation.

„Dass wir so stabil durch die Corona-Krise gehen, liegt auch ein gutes Stück weit am Schub durch die Digitalisierung“

Gaßner: Bei uns ist die Situation ähnlich. Wir hatten im Haus der WWK zunächst auch die Sorge, ob wir unsere Kunden und Vermittler weiterhin wie erforderlich erreichen und bedienen können. Deswegen haben wir innerhalb weniger Tage Maßnahmen entwickelt, um allen Marktteilnehmern zu zeigen, dass wir als Service-Versicherer auch in Krisenzeiten der gewohnt verlässliche Partner sind. Mit pragmatischen Lösungen wollten wir an der Seite von Vermittlern und Kunden stehen. Dazu gehörten für Kunden eine Beginnverlegung bei Neuanträgen, Beitrags-

freistellungen, Beitragsstundungen, Beitragspausen und Beitragsreduzierungen – alles ohne zusätzliche Kosten. Vermittler haben wir zudem effektiv mit sofortigen Liquiditätshilfen unterstützt. Ein Blick auf die Zahlen belegt im Rückblick, dass unsere Strategie gut funktioniert hat. Wir beobachten bisher eine leicht erhöhte, aber keineswegs dramatische Zahl an Beitragsfreistellungen im Vergleich zum „Normalbetrieb“. Bei der

DIE TEILNEHMER:

Jens Arndt, Vorstandsvorsitzender
myLife Lebensversicherung AG

Sebastian Engel, Chief Sales Officer,
Alpha Real Estate Group

Dr. Winfried Gaßner, Leiter des Produktmanagements,
WWK Lebensversicherung a. G.

Jürgen Henzler, Vertriebsdirektor, Leiter Dezentraler Vertrieb
Leben, Alte Leipziger Lebensversicherung

Nedim Kaplan, Senior Portfoliomanager,
Ökoworld

Andreas Schrobback, Geschäftsführer
AS Unternehmensgruppe

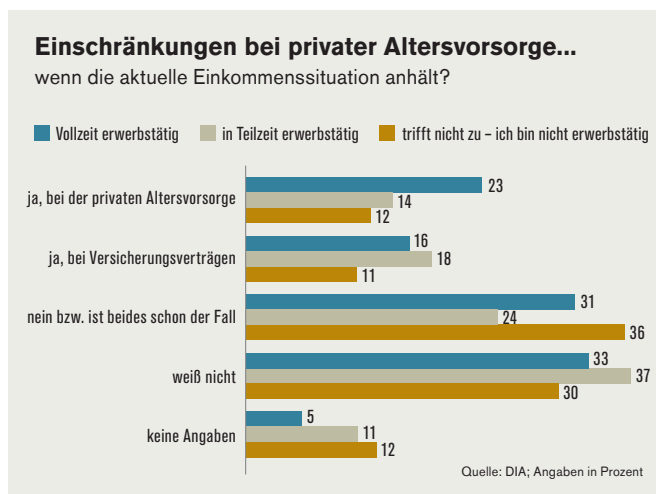
Produktion haben wir bis dato tatsächlich gar keinen Einbruch erlebt. Allerdings lässt eine detailliertere Betrachtung des Neugeschäfts eine Zweiteilung des Vermittlungsmarktes vermuten. Auf der einen Seite hatten viele, meist kleinere Vermittler durchaus hohe Einbrüche zu verkräften. Auf der anderen Seite konnten insbesondere Großvertriebe, die offensichtlich technisch sehr affin sind und eher eine junge Klientel bedienen, in den letzten drei Monaten sogar sehr starke Zuwächse verzeichnen. Für die WWK haben sich diese Effekte unter dem Strich weitgehend ausgeglichen.

Arndt: Ich würde es zusätzlich noch von einem übergeordneten Standpunkt aus betrachten. Die plötzliche Veränderung der Lebenssituation infolge der Corona-Pandemie hat den Menschen bewusst gemacht, wie wichtig eigentlich Sparen bzw. die Bildung einer Rücklage ist. Zusätzlich wurde das Bewusstsein

litten haben. In der Summe sind wir deshalb wirklich sehr, sehr gut durch die Krise gekommen und haben bei den Assets unter Management bereits wieder Vorkrisenniveau erreicht. Und auch bei unseren Assets sind wir in der Betrachtung seit Jahresbeginn zu etwa 95 Prozent in positivem Terrain.

Herr Schrobback, Herr Engel, wenn man die Umfragen sieht, Wohneigentum steht derzeit ganz hoch im Kurs. Ist das Thema ein Selbstläufer aus Ihrer Sicht?

Schrobback: Wir sind schon seit Jahren Verfechter der vermieteten Wohnimmobilie als maßgeblichen Baustein zur Altersvorsorge. Ein Selbstläufer war und ist diese Anlageform allerdings nie. Ich kann die Erfahrungen und Schilderungen meiner Vordredner zu großen Teilen bestätigen. Die Corona-Pandemie hat vielen Anlegern und Käufern in sehr kurzer Zeit sehr deutlich gemacht, wie unfassbar schnell eine vermeintlich wirtschaftliche Sicherheit ins Wanken geraten kann. Innerhalb kürzester Zeit haben sich Aktiendepots und Fondsguthaben halbiert. Fast über Nacht wurde unser öffentliches und wirtschaftliche Leben zum Stillstand gebracht. Beratungsgespräche konnten nicht mehr durchgeführt werden, Kundenbesuche wurden unmöglich und die Angst vor eventueller Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit in Verbindung mit den Kontakt- und Reiserestriktionen der Regierung haben bei uns zu einem kompletten Vertriebs-Stopp in den Monaten April und Mai geführt. Trotz, vergleichsweise schneller Anpassung unserer digitalen Prozesse hinsichtlich Beratung und Besichtigungen, konnten in der ersten Zeit auch schwieriger Notartermine durchgeführt werden, was die Abwicklung bereits vorbereiteter An- und Verkäufe verzögert beziehungsweise teilweise unmöglich gemacht hat. Mittlerweile nehme ich allerdings Signale wahr, die uns im Juli vermutlich einen der stärksten Unternehmensumsätze der Firmenhistorie bescheren könnten. Es hat fast den Anschein viele hätten nur auf die ersten Lockerungen gewartet, um endlich die Themen Vorsorge und Vermögensaufbau, Herr Arndt hatte es bereits erwähnt, anzugehen. Das hat offensichtlich die klassische vermietete Wohnimmobilie als inflationsgeschützte und krisensichere Anlageklasse mit rentenunabhängigem Passiveinkommen in den Fokus der Menschen gerückt. Nicht zuletzt sind wir in der Assetklasse „Wohnen“ in einer sehr robusten und wenig konjunktursensitiven Anlageform zu Hause.



geschärft, dass auch die Flexibilität einer Vorsorgelösung ganz entscheidend ist; beispielweise wenn man bei unerwarteten Ereignissen Liquidität benötigt oder im Gegenteil dazu niedrige Kurse zum Nachinvestieren nutzen möchte. Diese Erkenntnis ist sicherlich während des Lockdowns, in dem sämtliche Aktivitäten sehr eingeschränkt waren, vielen bewusst geworden. Insofern hat dieses veränderte Verhalten bei Kunden und Beratern während der Corona-Zeit bei uns als Anbieter von kostengünstigen, transparenten und flexiblen Produkten zu einer enormen Nachfrage geführt. Mit einer Steigerung des Neugeschäfts um 30 Prozent im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des erfolgreichen Vorjahres ziehen wir eine sehr positive Halbjahresbilanz.

Herr Kaplan, gab es bei Ihnen ein Corona-Downside?

Kaplan: Nein, und das, obwohl wir ein sehr aktienlastiges Haus sind. Selbst zum Höhepunkt der Krise hatten wir kaum Nettomittelabflüsse gehabt, im Gegenteil, wir hatten teilweise sogar sehr substanzielle Nettomittelzuflüsse, noch bevor wir die Talsohle der Börsen erreicht hatten. Insbesondere unsere Sonderstellung als Spezialist für Kapitalanlagen mit nachhaltigem Fokus hat uns in unserem Handeln bestätigt. Das zeigen auch einige nachhaltige Indizes, die in dieser Krise noch sehr gut abgeschnitten haben. Wir haben weder Banken noch Öl- und Gasversorger in den Portfolios, die massive Kursrückgänge er-

„Ohne private Vorsorge wird kaum ein Arbeitnehmer in der Lage sein, seinen Lebensstandard halten zu können.“

Engel: Ich empfinde die Situation als neuen Auftrieb, also auf jeden Fall positiv. Viele Menschen hatten während Corona mehr Zeit, über Investments nachzudenken. Auch wir konnten seit Beginn der Pandemie Rekordumsätze verzeichnen. Es ist aber vermutlich nicht alles der Krisensituation geschuldet, sondern hat auch sicherlich viel damit zu tun, dass Kunden bereits zu Beginn des Jahres gut beraten wurden. Kauft man eine Immobilie, ist dies ein Investment, das man in aller Regel nicht allzu oft in seinem Leben tätigt. Deshalb benötigt man ein wenig mehr Bedenkzeit, um sich darauf einzulassen. Schließlich sind meist mehrere Beratungs-Steps erforderlich. Blickt man auf den Markt insgesamt, dürfte der bezahlbare Wohnraum mit Mieten zwischen sieben und neun Euro weniger als Luxus wahrgenommen werden, sondern mehr als Investment in die eigene Altersvor-



Nedim Kaplan: „Selbst zum Höhepunkt der Krise hatten wir teilweise sogar sehr substanzielle Nettomittelzuflüsse, noch bevor wir die Talsohle der Börsen erreicht hatten.“

sorge. Grundsätzlich sehe ich wie gesagt eine Aufbruchsstimmung, nicht nur für den Immobilienbereich, sondern vor allem beim Thema Digitalisierung, mit der die Immobilienbranche bislang recht wenig am Hut hatte. Bislang waren wir diesbezüglich zu konservativ aufgestellt. Corona hat uns hier aber einen enormen Schub verliehen. Auch die Webinare, die wir halten, wenn wir ein Produkt vorstellen oder auch die Abschlussgespräche, die über Videochat realisiert werden, waren sehr hilfreich für unsere Branche. Darauf können wir, darauf müssen wir aufbauen.

Die YouGov-Umfrage ist natürlich nur eine Momentaufnahme. Blau-Direkt-Chef Oliver Pradetto rechnet nach dem Abklingen der Corona-Pandemie mit einem massiven Einbruch beim Thema Altersvorsorge. Teilen Sie diese Einschätzung?

Gaßner: Nein, ganz und gar nicht, der Bedarf gerade an Altersvorsorge ist ein langfristiges Thema und an den Parametern hat sich auch durch die Corona-Krise nachhaltig nichts verändert. Unsere Gesellschaft hat ein enormes Demografieproblem. Derzeit finanzieren zwei Beitragszahler einen Rentner. Seriöse Prognosen besagen, dass bereits 2030 ein Beitragszahler einen Rentner finanziert. Deshalb wird die gesetzliche Rente so nicht mehr funktionieren. Auch gesetzlich vorgegebene Haltelinien für Beitrag und Rentenniveau hebeln mathematische Gesetze nicht aus. Dieser Trend ist seit Jahrzehnten ungebrochen und wird sich durch die Corona-Krise – Gott sei Dank – nicht ins Gegenteil verkehren. Die Argumente für eine zusätzliche private Altersvorsorge und für eine Schließung der Versorgungslücke greifen unverändert. Ohne private Vorsorge wird kaum ein Arbeitnehmer seinen Lebensstandard halten können. Man benötigt schlicht und ergreifend Vorsorge für die Lebensphase, in der die Leistungskraft nachlässt und in der man kein Einkommen mehr bezieht. Aus diesem Grund mache ich mir um das Geschäftsmodell der privaten Altersvorsorge überhaupt keine Sorgen.

Arndt: Dem kann ich beipflichten. Für das Alter vorzusorgen ist zwingend erforderlich. Ich glaube, es kehrt nur – und das war wahrscheinlich mit der Aussage gemeint – der alte Feind des Sparens zurück. Sind die Pandemie und deren wirtschaftliche Folgen irgendwann überstanden, rückt der private Konsum wieder vermehrt ins Blickfeld der Menschen. Vieles wie Reisen, Veranstaltungen und Restaurantbesuche wird dann sicherlich wieder stark genutzt. An der grundsätzlichen Notwendigkeit vorzusorgen ändert das aber nichts. Im Rahmen der Pandemie haben wir alle erlebt, wie schnell und umfangreich sich wirtschaftliche und finanzielle Fundamente in unserem Land verändern können. Genauso unerwartet kann auch ein gesetzliches Rentensystem vielleicht Kürzungen oder Ähnliches vornehmen, wenn dort durch äußere Umwelteinflüsse bestimmte Themen vorherrschen. Deshalb baue ich auf das Bewusstsein der Menschen und bin überzeugt, dass der Markt bei der Altersvorsorge zumindest auf das Niveau von vor der Krise zurückkehren wird.

Engel: Auch wenn viele gemerkt haben, dass man der Fürsorge des Staates vertrauen kann, wird sich dennoch das Gros der Deutschen mehr Gedanken über die eigene private Vorsorge machen. Hier kommt es ganz stark auf die Anlage-Diversifikation an. Nicht nur Versicherungsprodukte sind wichtig. Auch die Immobilie hat ihre Berechtigung im Bereich des Passiveinkommens. Menschen, die schon abbezahltes Wohneigentum besitzen oder auch im Kapitalanlagenbereich eine abbezahlte Wohnung ihr Eigen nennen, standen beziehungsweise stehen in Krisenzeiten sehr sicher da.

„Auch nach der Corona-Krise und all ihren Folgen wird es keinen Einbruch beim Thema Altersvorsorge geben.“

Schrobback: Ich teile die Einschätzung von Oliver Pradetto ebenfalls nicht! Diese Pandemie ist aus meiner Sicht, seit der Nachkriegszeit, eine der eklatantesten Einschnitte in das gesellschaftliche Leben und für unsere Generation eine so noch nie dagewesene Erfahrung. Es wird in den Menschen eine Entwicklung auslösen, ein großes und vor allem nachhaltiges Umdenken. Die prägende Berichterstattung in den Medien und sozialen Netzwerken in den letzten Wochen und Monaten, die den Menschen gezeigt hat, wie schnell sich beispielsweise Wirtschafts- und Gesellschaftssysteme ändern können oder eben die vermeintliche Sicherheit die keine mehr ist, verstärkt die Angst der Menschen vor einem Versagen der bisherigen Altersvorsorgemodelle und besonders der Finanzmärkte. Nach der Corona-Krise und all ihren Auswirkungen wird es keinen Einbruch beim Thema Altersvorsorge geben, sondern eher einen Auftrieb in ganz bestimmte Vorsorgemodelle – wie beispielsweise fremdvermietetes Wohneigentum – die sich nachweislich jetzt in der Krise bewährt haben.



Jens Arndt: „Ich baue auf das Bewusstsein der Menschen und bin überzeugt, dass der Markt bei der Altersvorsorge zumindest auf das Vorkrisen-Niveau zurückkehren wird.“

Henzler: Der Trend, den wir in den letzten Jahren in Richtung privater und betrieblicher Altersvorsorge registriert haben, wird weitergehen. Immer mehr Menschen erkennen, dass sie sich auf die staatlichen Versorgungssysteme allein vor dem demografischen Hintergrund nicht verlassen können. Ich sehe die betriebliche Altersvorsorge hier gut aufgestellt und diese wird in meinen Augen einen erheblichen Zuwachs erleben. In den nächsten zehn Jahren wird die Zahl der 30- bis 60-Jährigen um vier Millionen sinken, umgekehrt werden die über 60-Jährigen um drei Millionen zunehmen. Das heißt, es wird künftig in der privaten Vorsorge sehr viel stärker um Vermögensmanagement oder Vermögensverwaltung gehen. Das bedeutet, dass sehr aktiennahe Produkte im Versicherungsmantel eine erhöhte Nachfrage erhalten werden. Speziell Einmalbeitragsprodukte sollten davon profitieren. Wenn wir hier gut aufgestellt sind, können wir als Branche auch weiterhin gute Geschäfte tätigen.

„Wir müssen flexible Produkte anbieten, die das Sparverhalten an die jeweiligen Lebensumstände anpassen.“

Kaplan: Ich möchte das gern unterstreichen. Das entspricht auch unseren Erfahrungen, die wir gemacht haben. Viele Anleger, die die Rallye der letzten Jahre beispielsweise verpasst haben, haben einfach die Chance genutzt und viele unserer Aktienfonds gekauft. Mittlerweile erkennen immer mehr Anleger, dass die Altersvorsorge mit Aktienprodukten und speziell mit nachhaltigen Aktienprodukten alternativlos ist. Sie haben jetzt denselben Effekt noch mal erlebt wie in der Finanzkrise 2008/2009,

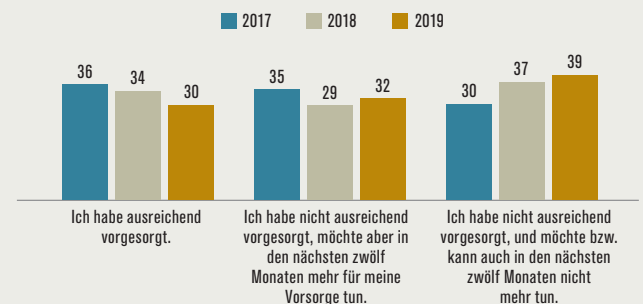
dass im Anleihebereich die Zinsen auch in den USA abermals gesenkt wurden. Und wer will schon mit minus einem Prozent Verzinsung in zehnjährige Anleihen dann noch etwas für die Altersvorsorge erreichen? Das ist kaum denkbar, und wenn Sie dann noch in die richtigen Geschäftsmodelle investieren, also die nachhaltig und nach vorn blickend ihr Geschäftsmodell betreiben, dann sind Sie, glaube ich, gerade bei den nachhaltigen Asset Managern vollkommen auf der richtigen Seite.

Trotz Ihres Optimismus zeichnen Studien ein anderes Bild. Laut einer aktuellen Erhebung des Deutschen Instituts für Altersvorsorge rechnen 70 Prozent der Deutschen damit, dass ihre Vorsorge für das Alter unzureichend sein wird. Dennoch will nur weniger als die Hälfte hier in den kommenden zwölf Monaten handeln. Steckt die Altersvorsorge hierzulande in der Krise?

Arndt: Zum einen ist dieses Ergebnis für mich ein Beleg dafür, dass es heute keine starren Lebensläufe mehr gibt, so wie es vielleicht vor zwanzig, dreißig Jahren noch der Fall war. Wir als Anbieter müssen diesen Trend erkennen und ihm auch folgen, indem wir flexible Produkte anbieten, die das Sparverhalten an die Lebensumstände anpassen und sich beispielsweise auch für eine gewisse Zeit aussetzen lassen, jederzeit eine flexible Änderung des Risikoprofils der Anlage zulassen und vor allem transparent sind. Zum anderen gibt es gerade in der Generation 50plus oder 60plus die Herausforderung, dass kurz vor Renteneintritt Geld auf Negativzinskonten angehäuft wurde, und jetzt Eingang in die Investmentwelt sucht, sei es über Unit-Linked-Produkte oder in Immobilien oder Fonds. Hierfür braucht es ein gutes Angebot. Gleichzeitig haben gerade junge Menschen immer noch die alte Versicherungswelt oder die alte Sparwelt im Kopf und sträuben sich dagegen, sich bereits für die kommenden 40 Jahre an ein Spar- oder Anlageangebot zu binden, das möglicherweise auch gar nicht verstanden wird oder weil man der Meinung ist, dass die Finanzen ohnehin unsicher sind. Dem können wir nur mit ehrlichen Antworten in Form von flexiblen und transparenten Produkten entgegenwirken. Und genau deshalb sind unsere Produkte, Prozesse und Kundenportale genau auf diesen Bedarf ausgerichtet. Eine tagesaktuelle Sicht auf den Vertragsstand, aktuelle Fondskurse, die smarte Anpassung im ETF- und Investmentfondsbestand per Knopfdruck und vieles mehr gehört deshalb bei uns zur Selbstverständlichkeit.

Welche Aussage passt zu Ihnen...

beim Blick auf ihre betriebliche und private Vorsorge?



Quelle: INSA Meinungstrend; Angaben in Prozent

Henzler: Ich sehe schon, wir sind uns in dem Punkt ja ziemlich einig. Unser Kernproblem ist sicherlich, dass viele Kunden noch in ihrer Zinswelt leben, und es ist sehr schwer, diese Menschen davon zu überzeugen, dass das für eine effektive Altersvorsorge nicht mehr ausreicht. In diesem Zusammenhang müssen wir als Gesellschaft auch sehr viel mehr für unsere Vermittler tun, um das Finanzwissen und die Finanzbildung weiter zu erhöhen. So können diese ihren Kunden klar machen, dass zum Aufbau einer



Jürgen Henzler: „Viele Kunden leben noch in ihrer Zinswelt und es ist schwer, sie davon zu überzeugen, dass das für eine effektive Altersvorsorge nicht mehr ausreicht.“

Altersvorsorgung mehr Sachwerte und Kapitalmarktprodukte gehören. Der Endkunde wird anspruchsvoller und will wissen, was mit seinem Geld passiert, wie es wirkt. Er muss erkennen, wie er in der Altersvorsorgung profitiert, wenn er langfristig in Kapitalmarktprodukte investiert. Dazu ist es aber auch notwendig, dass wir als Versicherer die Vorteile, die etwa Robo Advisors bieten, dem Kunden ebenfalls künftig zugänglich machen. Schon heute kann ein Kunde unseres Unternehmens über eine App seinen Fondsbestand aktuell einsehen, jederzeit Zuzahlungen leisten, einen automatisierten Fondswechsel vornehmen und seinen Sparplan individuell ändern. Kurzum: Er kann seine Altersvorsorgung erleben. Wenn uns das gelingt, können wir auch junge Menschen viel leichter für das richtige Altersvorsorgungsprodukt gewinnen. Wir haben den großen Vorteil, dem Kunden ein lebenslanges Einkommen garantieren zu können.

„Wir adressieren mit unseren Fonds Themen wie die Klimakrise und ethisches Verhalten und begeistern damit junge Menschen.“

Gaßner: Wenn knapp die Hälfte derjenigen, die ihre Altersvorsorge als zu gering ansehen, in der nächsten Zeit etwas dafür tun will, dann haben die Finanzvermittler, glaube ich, einen sehr, sehr guten Job gemacht. Schließlich war es in der Vergan-

genheit so und auch in der Zukunft wird es sich nicht ändern: Vorsorgeprodukte werden verkauft und nicht gekauft. Herrn Arndt kann ich an dieser Stelle nur beipflichten. Natürlich müssen wir die Produkte am Kundenbedarf ausrichten, was die Flexibilität angeht. Auch Zukunftsthemen wie etwa ESG treffen den Zeitgeist im positivsten Sinne und müssen im Angebot Berücksichtigung finden. Eben dieses Thema ist ein zentraler Baustein unserer neuesten Produktinnovation Intelli Protect 2.0,

die wir in den kommenden Wochen im Markt einführen. Grundsätzlich denke ich, dass sich komplexe Altersvorsorgeprodukte nicht einfach über das Internet abschließen lassen, sondern durchaus erklärungsbedürftig sind und auch bleiben werden. Aus dem Grund setzen wir sehr stark auf die Qualifikation der Vermittler, sowohl im Makler-, wie auch im Eigenvertrieb. Wir haben eine eigene Akademie dafür gegründet und wir bieten auch Schulungen über unsere Online-Akademie an, die gerade in der Corona-Zeit einen stark steigenden Zuspruch erfahren hat. Wir sehen heute Webinare mit über tausend Teilnehmern. Offenbar ist es wenigstens ein positiver Aspekt der Pandemie, dass Vertriebspartner die etwas ruhigere Zeit nutzen, um ihre Qualifikation noch weiter nach vorn zu bringen und die erforderlichen Bildungszeiten zu erfüllen. Wenn wir an dieser Stelle nachhaltig weiterarbeiten, wird eine weiterhin steigende Beratungsqualität dann dazu beitragen, dass der Bedarf für eine private Altersvorsorge im Bewusstsein vieler Menschen ankommt.

Kaplan: Es ist in der Tat entscheidend, Altersvorsorgung erlebbar zu machen. Uns gelingt das sehr gut über das Thema Nachhaltigkeit. Die Klimakrise, die in den letzten beiden Jahren besonders virulent ist, hat bei vielen jungen Menschen ein Umdenken ausgelöst. Insofern ist es gerade genau richtig, wenn man diese Themen – so wie wir es tun – über entsprechende Fondsprodukte darstellt und damit die Chance bietet, das Nützliche mit dem Positiven zu verbinden. Zumal die Fokussierung auf nachhaltige Investments ein Renditeplus gegenüber traditionellen Anlagen bedeutet. Wir adressieren mit unseren Fonds Themen wie die Klimakrise, andere Krisen, ethisches Verhalten, oder jetzt auch das Thema Rassismus wieder, und begeistern damit junge Menschen. Es geht nicht um eine abstrakte Investition, die irgendwo in den USA oder sonstwo in Teilen dieser Welt getätigt wird. Sondern es geht darum, auch einen emotionalen Bezug herzustellen zwischen der Notwendigkeit, für das Alter Geld anzulegen, aber damit auch Gutes zu tun. Denn das ist die Realität. Das ist es, was wir sehen, wenn wir aus dem Fenster blicken, Nachrichten sehen oder Radio hören. Es ist nicht abstrakt, sondern sehr real.

Schrobback: Zunächst ist anzumerken, dass die klassische Altersvorsorge, sowohl die gesetzliche als auch die private Vorsorge in Geldwerte, bereits seit vielen Jahren erkennbar in der Krise steckt. Bei Wohnimmobilien als Kapitalanlage ist dies seit Jahren genau andersherum. Viele Menschen haben allerdings völlig zu Unrecht Vorbehalte oder eine negative Einstellung zu fremdvermietetem Wohneigentum. Daher ist es wichtig, Alters-

vorsorge oder überhaupt ein Investment erlebbar zu machen. Dafür sind wir in der Immobilienbranche sicherlich besonders prädestiniert. Genauso wichtig ist aber auch die Aufklärung. Dabei geht es nicht nur um die ausführliche Beratung, den Kunden in die Produkte „mitzunehmen“, sondern der Schlüssel liegt vielmehr in der finanziellen Bildung der Menschen. Ich glaube, bevor wir ein Produkt beraten oder ein Produkt erklären ist es wichtig, dass wir uns in den Kunden hineinversetzen und umdenken. Das Ziel muss sein; weg vom Berater, hin zum praktischen Ausbilder, zum Lehrer. Wir müssen es schaffen, dass die



Sebastian Engel: „Menschen, die schon abbezahltes Wohneigentum besitzen, standen beziehungsweise stehen in Krisenzeiten sehr sicher da.“

Käufer oder Anleger sich selbst intensiv mit dem Thema finanzielle Bildung beschäftigen, sich damit auseinandersetzen, wie Investments funktionieren, wie sich steuerliche Vorteile generieren lassen, wie Fremdfinanzierungen funktionieren. Nur dann sind sie in der Lage selbst zu entscheiden und die Vorteile zu erkennen, beziehungsweise Risiken besser zu beurteilen und entgegenzuwirken.

Engel: Es ist absolut wichtig, die Leute abzuholen, sodass sie das Investment auch verstehen. Ich glaube, das wurde in der Vergangenheit bei fast allen Produkten nicht hundertprozentig richtig gemacht. Oft wussten die Kunden nicht, was sie unterschreiben, da sie das Produkt kaum verstanden haben. Auch bei uns in der Immobilienbranche haben mittlerweile – die Kollegen aus dem Versicherungsbereich kennen es schon länger – das

Beratungsprotokoll und ähnliche Standards Einzug gehalten. Dadurch erhält man auf jeden Fall schon mal ein erstes Bild, ob der Kunde überhaupt beim kompletten Beratungsgespräch mitgekommen ist. Es sollte auf der anderen Seite aber auch nicht unser Anspruch sein, den Kunden zum Experten für Investments auszubilden. Das wird uns auch gar nicht gelingen. Ich denke, dass vielmehr derjenige, der die Produkte anbietet, der „Lehrer“ sein muss und auch eine viel bessere Ausbildung genießen sollte, als es möglicherweise gegenwärtig der Fall ist. Da müssen wir uns sicher alle an die eigene Nase fassen. Es geht nicht nur darum, die Teams zu befeuern, die draußen beraten, sondern sie zu ermutigen, die Menschen qualifiziert zu beraten. Das ist ganz entscheidend. In der Folge sind dann auch die Kunden wieder sensibilisiert. Und wenn sie gut beraten sind, treffen sie auch bessere Entscheidungen.

Immer wieder wird von verschiedenen Seiten kritisch angemerkt, dass in der Altersvorsorge-Beratung zu viel über Risiken und zu wenig über Chancen gesprochen wird. Außerdem wird bemängelt, dass nach wie vor zu sehr auf die Garantien geschaut wird, die gemeinhin die mögliche Rendite schmälern. Eine berechtigte Kritik?

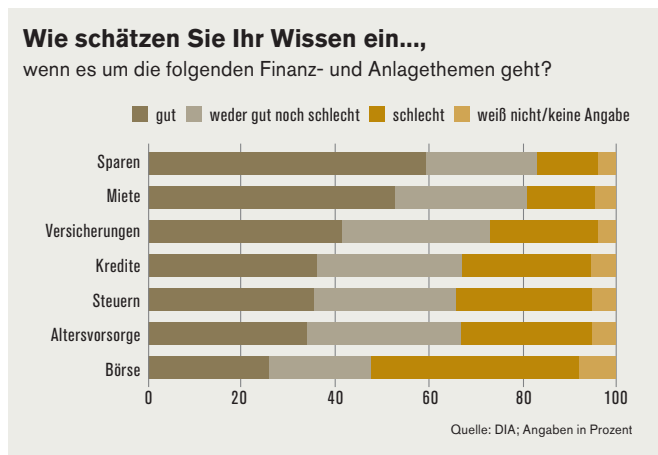
Engel: Natürlich gehören Chancen dazu. Schließlich ist es wichtig, den Menschen mitzuteilen, was aus ihrem Investment werden kann. Speziell mit Blick auf die vergangenen 20 Jahre, in denen es sehr gut gelaufen ist. Aber auch etwaige Risiken sollten aufgezeigt werden. In unseren Exposés hatten wir das am Anfang nicht inkludiert, dies allerdings dann auch zeitnah korrigiert. Politisch hat sich außerdem auch vieles gewandelt. Beispielsweise haben wir externe Fallstricke wie die Mietpreisbremse und den Mietendeckel immer mehr im Fokus und beziehen diese auch in unsere Beratungsleistung mit ein. Am Ende braucht es in der Beratung einen ganzheitlichen Überblick über Chancen und Risiken.

„Die Beratung benötigt einen ganzheitlichen Überblick über sämtliche Chancen und Risiken eines Investments.“

Schrobback: Auch wir stellen leider immer wieder fest, dass bei Kunden oft die Angst vor möglichen Risiken und Verlusten stärker ausgeprägt ist, als das Bewusstsein der möglichen Chancen und Gewinne. Auch Wohnimmobilien zur Kapitalanlage und/oder Altersvorsorge sind nicht frei von Risiken. Aber unter den verfügbaren Alternativen stellen sie die mit weitem Abstand beste Wahl für den langfristigen Vermögensaufbau dar. Man muss lernen die Risiken zu beherrschen, denn die Menschen haben erkannt, dass Sie sich nicht allein auf die Sozialsysteme, die gesetzliche Rente oder die schwachen Erträge von Lebensversicherungen verlassen dürfen. Anleger, die nie etwas wagen und ihr Geld am liebsten auf vermeintlich sicheren Sparkonten oder in Riesterverträgen investieren sparen sich arm. Die einzige Form von Garantie, die sie erlangen ist die, dass sie vom ersten Tag an zu den Verlierern gehören, denn die Sparszinsen reichen heute nicht einmal mehr aus, um die jährliche Preissteigerung auszugleichen. Das größte Risiko beim privaten Immobilienkauf ist Unwissenheit in Verbindung mit Selbstüberschätzung. Es sollte also in der Beratung zunächst darum gehen die wichtigsten Immobilienrisiken zu kennen. Danach wird es

den Käufern und Anlegern leichter fallen sich, mit geschärftem Risikobewusstsein und ohne übertriebene Angst, realistische Ziele zu setzen, um anschließend mögliche Risiken bewusster einzugehen und kontrollieren zu können und die enormen Chancen in dieser Anlageklasse vollumfänglich zu nutzen. Bei Anlageimmobilien haben die Käufer die Chance, sich und ihre Kenntnisse aktiv einzubringen, um Erträge zu steigern oder Abstürze zu verhindern. Sie sind weder anonymen Managern noch undurchsichtigen Kapitalmärkten ausgeliefert.

Kaplan: Der kritische Dialog zum Thema soziale, ethische und umweltfreundliche Investments mit unseren Kunden ist seit Gründung unserer Gesellschaft, sprich 1975, ein elementarer Baustein unserer Anlagephilosophie, weil wir von Beginn an einfach hohe Wertvorstellungen haben und nie allein unter dem Primat der materiellen Gewinnvermehrung handeln. Denken Sie an das Thema Gleichberechtigung, die „Fridays for Future“-Bewegung oder an den Kohleausstieg. Das sind alles gesellschafts- und wirtschaftspolitische Themen, die von Politik, Unternehmen und Gesellschaft adressiert werden müssen. Durch den aktiven Dialog mit gleichgesinnten Kunden teilen wir unsere Wertvorstellungen, gleichzeitig zeigen wir Alternativen auf, mit denen unsere Kunden saubere und überdurchschnittliche Renditen mithilfe nachhaltiger Geschäftsmodelle erzielen können.



Gaßner: Ich denke, es ist sachgerecht, transparent zu beraten und sowohl über die Risiken als auch die Chancen aufzuklären, die in einem Produkt stecken. In diese Richtung geht ja nicht zuletzt auch der Gesetzgeber. Unser Kernprodukt WWK Intelli 2.0 ist eine Fondsrente, die auf ICPPI-Basis eine variable Bruttobeitragsgarantie anbietet. Der Kunde kann das Garantieniveau wählen zwischen 50 und 100 Prozent der Bruttobeiträge, und dementsprechend allokiert das Produkt stärker in Fonds, wenn die Garantie niedriger ist, oder berücksichtigt stärker den Deckungsstock, wenn das Garantieniveau hoch ist. Interessanterweise wählt nur ein verschwindend geringer Anteil der Kunden das chancenreichere Produkt. Garantien haben und hatten offenbar einen sehr großen Wert für unsere Kunden ebenso wie für unsere Vermittler. Ich glaube, dieses Bewusstsein für den Wert einer Garantie ist mit den Turbulenzen an den Kapitalmärkten im Zusammenhang mit Corona noch einmal gestiegen. Was ich bedauere, ist allerdings, dass neben Chancen und Risiken der Aspekt der Kosten teilweise zu sehr in den Vordergrund

des Beratungsgesprächs rückt. Gerade bei Riester wird in dem gesetzlich vorgeschriebenen Produktinformationsblatt sehr stark auf Kosten fokussiert. Dies führt teilweise dazu, dass Kosten zum Entscheidungskriterium der Produktauswahl gemacht werden. Aus meiner Sicht ist die Kostenbelastung eines Produkts eine wichtige Rahmenbedingung, die es zu beachten gilt. Weitaus wichtiger sind aber tatsächlich Chancen und Risiken, die in einem Produkt stecken. Davon sollte doch die zentrale Entscheidung für eine Produktgattung abhängen zwischen einer fondsgebundenen Altersvorsorge mit oder ohne Garantie oder sogar – auch das gibt es ja in seltenen Fällen noch – einem konventionellen Produkt. Wir müssen in der Beratung wieder zu einer Balance kommen, die teilweise in den letzten Jahren etwas verloren gegangen ist. Bei Versicherungen ist es wie bei anderen Gütern auch. Nicht immer ist das billigste Produkt automatisch auch das beste für den Kunden.

„Das Bewusstsein für den Wert einer Garantie ist im Zusammenhang mit Corona bei den Kunden noch einmal gestiegen.“

Arndt: Die Gesetze, die in den letzten Jahren quasi im Jahrestakt kamen, beispielsweise die PRIPs, KIDs, VIPs, haben natürlich dafür gesorgt, dass immer stärker die Risiken einer Versicherungsanlage in der Beratung betont werden mussten. Das wird bei den Immobilienkollegen und bei den Fondskollegen nicht anders sein. Vieles von dem kann ich aufgrund von Fehlern und Skandalen in der Vergangenheit nachvollziehen. Es wirkt aber aus Kundensicht auch abschreckend und verunsichert doch sehr. Die Entscheidung für eine doch notwendige Vorsorge wird so teils unnötig erschwert. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass nicht alle Menschen eine fundierte finanzielle Allgemeinbildung haben. Deshalb kommen wir gar nicht umhin, weiter Vertrauen aufzubauen und zu versuchen, einfache, flexible und verständliche Vorsorgelösungen anzubieten. Und wir sind durchaus bereits dabei, Vertrauen zurückzugewinnen. Wenn wir weiterhin Skandale vermeiden und Entscheidungen, wie beispielsweise die geplante Garantiezinssenkung, verständlich und nachvollziehbar machen, dann können wir alle vom Vertrauen der Kunden profitieren

Henzler: Das Thema Garantien ist sehr spannend. Ich verfolge schon seit Jahren, wie sich die verschiedenen Produktlinien bei uns entwickeln. Garantieprodukte auf der einen Seite und auf der anderen Seite die Produkte, die verstärkt auf den Kapitalmarkt setzen. Vor etwa zwei Jahren setzte tatsächlich ein Wandel ein. Ab diesem Zeitpunkt etwa haben wir in der dritten Schicht weniger Garantieprodukte zugunsten reiner Fondsrenten verkauft. Das liegt auch daran, dass der Vermittler immer mehr erkennt, dass Beitragsgarantien grundsätzlich eine gute Sache sind, aber am Ende doch Geld kosten. Und wer dann wirklich einmal gemeinsam mit dem Kunden hochrechnet, was das unter Umständen kostet, sieht sehr schnell, dass ein hoher Wert der erwarteten Rendite verloren geht.

Nachhaltigkeit ist ein gutes Stichwort. Die EU-Kommission will das Thema ESG flächendeckend sowohl in Produkten als auch in der Beratung verankern. Was planen Sie, um die Vorgaben aus Brüssel umzusetzen und erwarten Sie einen zusätzlichen Schub für das Segment Altersvorsorge?

Henzler: Die Deutschen sind traditionell sehr sicherheitsorientiert bei Kapitalanlagen. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass nur rund zehn Prozent der Deutschen Aktionäre sind. Es ist sehr schwer, das hat die Vergangenheit gezeigt, den Menschen verständlich zu machen, wie Börsen funktionieren und wie wichtig es langfristig ist, in Weltportfolios investiert zu sein. Mittlerweile geht das sehr gut mit dem Schwerpunkt auf nachhaltigem Investment, das dem Kunden zeigt, dass Geld Gutes bewirken kann und gleichzeitig eine angemessene Vorsorge für

junge Generation diesen Werten sehr aufgeschlossen gegenübersteht. Mit dem Angebot nachhaltiger Investitionsmöglichkeiten ist die Ansprache neuer Kundengruppen möglich. Das ist auch der Grund, warum wir bei unserem aktuellen Produkt-Relaunch unseres Fondsprodukts mit Garantie – WWK Intelli Protect 2.0 – gleich mehrere nachhaltige Fonds und Indexfonds aufgenommen haben. Ein Fonds-Basket „Nachhaltigkeit“ macht es Vermittlern und Kunden einfach, nachhaltig Vorsorge zu betreiben. Inwieweit sich ein Fokus auf nachhaltige Fonds auch renditeseitig

positiv auswirkt, ist meines Wissens noch nicht zweifelsfrei geklärt. Existierende Analysen kommen hier zu keinem eindeutigen Ergebnis. Ein ganz zentraler Punkt ist in diesem Zusammenhang sicherlich die EU-Verordnung 2019/2088, die im kommenden Jahr in Kraft treten wird. Die Politik hat offenbar verstanden, welche zentrale Bedeutung für eine Entwicklung der Unternehmen hin zu nachhaltigem Wirtschaften eine Steuerung der Kapitalströme in diese Richtung hat. Das Interesse von Unternehmen, zu definierenden Nachhaltigkeitskriterien zu genügen, wird dadurch steigen. Dass dieser Aspekt zukünftig in jedem Beratungsgespräch in unserer Branche eine Rolle spielen wird, trägt sicher bei zu dieser politisch gewünschten Entwicklung. Wichtig ist, dass jeder Kunde auch zukünftig frei die Entscheidung treffen kann, ob er seine Altersvorsorge nachhaltig betreiben möchte oder nicht. Teilweise wird das Thema Nachhaltigkeit in der Finanzbranche ja in der Presse als „Green-Washing“ abgetan. Aus meiner Sicht ist aber gar nichts Verwerfliches dabei, das Thema Nachhaltigkeit durch die vertriebliche Brille zu betrachten. Ein erfolgreicher Vertrieb nachhaltiger Finanzprodukte trägt

ja letztendlich gerade dazu bei, dass die beschriebenen politischen Ziele erreicht werden.

Kaplan: Ich muss auch an dieser Stelle nochmal auf die Geschichte der Ökoworld zurückblicken. Wir sind mit dem Projekt Ökovicision Classic bereits im Jahr 1989 angetreten, den ersten wirklich ökologisch und ethischen Fonds aufzulegen. Unsere Missionsschwerpunkte, u.a. die Ökologisierung der Wirtschaft haben sich seither nicht verändert. Unternehmen, die hierfür keinen Beitrag leisten können oder wollen, haben in unseren Portfolios nichts verloren. Sie können meinen Standpunkt daher bestimmt nachvollziehen, wenn ich den Aktionsplan der EU-Kommission als zahnlosen Papiertiger bezeichne. Ganz im Gegenteil: Die EU lädt viele börsennotierte Unternehmen und Asset Manager ein, ihre Geschäftsmodelle „grün zu waschen“. Natürlich ist es hilfreich, Fakten transparenter zu machen, aber wenn ein Geschäftsmodell nicht nachhaltig ist, wird dieser Umstand auch durch einen Nachhaltigkeitsbericht nicht geheilt. Die Bedrohungslage durch den globalen Klimawandel, Umweltverschmutzung im Allgemeinen, das Aufflammen von übertragbaren Infektionskrankheiten in Großzuchtbetrieben sowie die Diskriminierung von Menschen aufgrund ihres Geschlechts oder ihrer Hautfarbe sind reale Herausforderungen, denen man sich im Wirtschaftsleben entschieden stellen muss. Unsere Be-



Dr. Winfried Gaßner: „Mit dem Angebot nachhaltiger Investitionsmöglichkeiten ist die Ansprache neuer Kundengruppen möglich.“

das Alter schafft. Das Interesse wird geweckt, gleichzeitig werden Vorurteile und Ängste gegenüber der Börse abgebaut. Ich sehe viele Vermittler, die die letzten Jahre ihre Geschäftsprozesse, auch ihre Geschäftsfelder verändert haben und mehr in Richtung nachhaltiger Vorsorge beraten und damit enorme Erfolge haben. Nicht zuletzt ging der Jungmakler Award der letztjährigen DKM an einen Makler, der sein Geschäftsmodell komplett auf dieses Trendthema ausgerichtet hatte. Darin steckt ein enormes Umsatzpotenzial für die kommenden Jahre. Wir bieten schon jetzt eine große Auswahl an nachhaltigen Fonds und Portfolios und werden diese weiter ausbauen.

„Die Vorgaben aus Brüssel liegen sehr weit unter unseren Mindeststandards, wie wir sie seit Jahrzehnten leben.“

Gaßner: Abgesehen von der Wertediskussion, die sich hinter dem Thema Nachhaltigkeit verbirgt, sehe ich in diesem Thema auch eine vertriebliche Chance. Mit dem Thema Nachhaltigkeit erreicht man das Wertesystem einer wachsenden Kundengruppe, deren Anteil in der Bevölkerung wächst. Beispielsweise zeigt ja gerade die „Fridays for Future“-Bewegung dass gerade die



Andreas Schrobback: „Unter den verfügbaren Alternativen stellen Wohnimmobilien die mit weitem Abstand beste Wahl für den langfristigen Vermögensaufbau dar.“

richterstattung sowohl zum Thema ESG-Produkte als auch ESG-Beratung wird sich vor dem Hintergrund unserer Missionsschwerpunkte nicht verändern. Die Vorgaben aus Brüssel liegen sehr weit unter unseren Mindeststandards, wie wir sie bereits seit Jahrzehnten in unserem Haus leben und weiterentwickeln.

„Green Buildings, die eine nachhaltige Wertschöpfungskette verfolgen, stehen vermehrt im Fokus der Anleger.“

Schrobback: Es gibt hierfür leider keine einheitliche Definition, was unter anderem daran liegt, dass sich die Kriterien in Bezug auf „Environmental“, „Social“ und „Governance“ von Produkt zu Produkt und von Anbieter zu Anbieter unterscheiden können. Seriöse Anbieter nachhaltiger Anlagen stellen deshalb lückenlose und aktuelle Informationen zur Verfügung. Für uns als Projektentwickler für Denkmalobjekte sowie als Wohnungsprivatisierer von Bestandsportfolios ist daher vordergründig ein effizienter Umgang mit Energien und Rohstoffen wichtig, Investition in erneuerbare Energien und natürlich umfassende Klimawandel-Strategien. Beim Thema „Social“ achten wir auf die Einhaltung der Arbeitsrechte, hohe Standards bei Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, angemessene Entlohnung sowie Aus- und Weiterbildungschancen. Wir verzeichnen in den letzten Jahren, besonders bei jüngeren Kunden, verstärkt eine Nachfrage nach ESG-konformen Produkten beziehungsweise ESG-konformer Umsetzung unserer Projekte. Hier steht die Forderung unserer Kunden nach geringer Emission in Luft und Wasser sowie umweltverträglicher Produktion eindeutig über purer Renditeerwartung. Allein durch die zukünftige Umset-

zung der Vorgaben aus Brüssel werden wir auch und besonders bei den jüngeren Generationen einen Schub im Altersvorsorgesegment verzeichnen.

Engel: Natürlich ist das Thema ESG in der Vermittlerwelt und auch beim Kunden gewärtiger denn je. Uns muss bewusst sein, dass Immobilien direkte und indirekte Auswirkungen auf die Umwelt haben. Knapp 40 Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen sind auf die Real-Estate-Branche zurückzuführen. Seit 2009 ist beispielsweise ein Energieausweis für alle Wohngebäude in Deutschland verpflichtend. Dies war ein erster Schritt, um das Thema Nachhaltigkeit und Energieeffizienz transparent darzustellen. Schließlich lässt sich konstatieren, dass der Ansatz der ESG-Thematik die Immobilie nicht nur umweltfreundlicher, sondern auch moderner und effizienter gestaltet. Das hat zur Folge, dass die bisherige Herangehensweise überdacht werden muss und wir uns zukunftsorientierter ausrichten müssen, wie zum Beispiel beim Thema Bausubstanz. Muss es stets der Stahlbeton sein oder macht es künftig vielleicht mehr Sinn, auf umweltfreundlichere Materialien zu setzen? Sogenannte Green Buildings, die eine nachhalt-

ge Wertschöpfungskette verfolgen, stehen vermehrt im Fokus und finden auch beim Kunden immer mehr Anklang.

Arndt: Insbesondere wenn alle Fonds eine grüne Variante bekommen und spätestens wenn man damit den Kapitalzufluss reguliert, und auch solche Themen wie IDD 21 vor uns liegen, dann wird das zu einer erhöhten Nachfrage dieser Fonds oder grünen Aktien führen, was sich sicherlich auch in der Wertentwicklung niederschlagen wird. Wie nachhaltig das dann 30 Jahre lang sein wird, das muss sich schlussendlich noch zeigen. Ein großer Vorteil ist in jedem Fall, dass junge Menschen, die sich für herkömmliche Altersvorsorgethemen kaum erwärmen können, über die Nachhaltigkeit einen Zugang zu diesem Segment erhalten. Es entwickelt sich eine ganz andere Emotionalität und plötzlich ist es gar nicht mehr so „uncool“, etwas fürs Alter zurückzulegen und zu sparen. Entsprechend werden auch wir das Thema weiter verfolgen und fassen den Begriff Nachhaltigkeit noch weiter. „Nachhaltigkeit“ bedeutet für uns auch, dass wir einem Produkt gute Chancen auf Ertrag und eine gute Ablauffleistung geben. Bei myLife erreichen wir das, indem wir die Vergütung für den Berater außerhalb des Produktes gestalten lassen und unsere Produkte sehr niedrige Kosten aufweisen. Damit sorgen wir für mehr Geld im Sparvorgang und ein Zinseszinsseffekt kann sich viel besser entfalten. Und auch wenn das jetzt nicht die ESG-Kriterien im eigentlichen Sinne trifft, ist es das, was man als Versicherer positiv beitragen kann. Nachhaltigkeit ist einer der Trends von morgen, dem sich alle Anbieter stellen müssen.

Das Gespräch führte
Frank O. Milewski, Cash.