

## maklermanagement.ag lässt Makler befragen - „Lebensversicherungsreformgesetz schwächt den Absatz von privater Altersvorsorge“

### **- Nüchterne Bilanz aus Maklersicht für Verbraucherschutz nach zwei Jahren Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) - LVRG dämpft den Absatz privater Altersvorsorgeprodukte - Deutliche Auswirkungen des LVRG auf Provisionsvereinbarungen**

Zwei Jahre nach Inkrafttreten einiger Artikel des LVRG ziehen Makler eine nüchterne Bilanz über die Gesetzesauswirkungen auf die private Altersvorsorge. Das LVRG hat für den Verbraucherschutz wenig bewirkt, meint die Mehrheit der Makler. 82 Prozent der Makler können nicht bestätigen, dass das LVRG Altersvorsorgeprodukte für Verbraucher wieder attraktiv gemacht hat. Darüber hinaus führt das Gesetz für 73 Prozent der Befragten nicht zu mehr Fairness und Gerechtigkeit für Verbraucher. Auch eine bessere Vergleichbarkeit der Versicherungsprodukte ist mit dem LVRG aus Maklersicht nicht erreicht worden (77 Prozent). Zu diesen Ergebnissen kommt die Online-Maklerbefragung „Vermittler-Puls 2016“, die die Vertriebservice-Gesellschaft maklermanagement.ag im Juni 2016 bei YouGov in Auftrag gegeben hatte.

### **Trübe Aussichten für das Altersvorsorgegeschäft**

60 Prozent der Befragten stellen fest, dass das Geschäft mit Altersvorsorgeprodukten durch das LVRG für Makler unattraktiver geworden ist. Wiederum 60 Prozent der Makler gehen in diesem Jahr von einem abnehmenden Geschäft mit Lebens- und Rentenversicherungen aus. In Maklerbüros mit mehr als vier Mitarbeitern hat jeder zweite Befragte diese Erwartung. Deutlich pessimistischer sind allein arbeitende Makler. Von ihnen rechnen 64 Prozent mit rückläufigen Umsätzen. Jeder zweite Makler beklagt, dass sich das Absatzpotenzial von Altersvorsorgeprodukten verschlechtert hat (2015: 39 Prozent). Daher liegt der Vertriebsfokus wie im Vorjahr auf biometrischen Produkten. 41 Prozent der Makler wollen diese Produkte häufiger anbieten (2015: 38 Prozent). Klassikprodukte verlieren dagegen weiterhin an Bedeutung. 56 Prozent der Makler wollen diese Versicherungen seltener als noch im Jahr zuvor verkaufen (2015: 50 Prozent). „Das LVRG hat den Trend, sich stärker auf die Vermittlung von biometrischen Produkten zu konzentrieren, auch in diesem Jahr weiter beschleunigt“, sagt Jürgen Riemer, Vorstand der maklermanagement.ag. Auf Seiten der Anbieter seien verstärkte Aktivitäten im Geschäftsfeld mit biometrischen Produkten zu beobachten.

In diesem Jahr gaben deutlich weniger Makler an, ihren Beratungsschwerpunkt durch das LVRG umgestellt zu haben (41 Prozent, 2015: 61 Prozent). Der Umstellungsprozess ist demnach noch nicht abgeschlossen, verliert aber an Dynamik. Mit Blick auf zukünftige Vertriebschwerpunkte gaben 90 Prozent der Befragten an, sich auf Sachversicherungsprodukte konzentrieren zu wollen. Im Zusammenhang mit der geplanten Absenkung des Rechnungszinses zum Jahresbeginn 2017 erwarten knapp 40 Prozent der Befragten bessere Vertriebschancen für Fondspolizen ohne Garantien und 35 Prozent der Makler für alternative Garantieprodukte. Dem LVRG können einige Vermittler auch positive Effekte abgewinnen. So gab jeder dritte Befragte an, dass sich für ihn die Angebotsvielfalt bei Fondspolizen und neuen Garantie-Produkten verbessert hat.

### **LVRG hinterlässt Spuren im Maklermarkt**

Bei Vergütung (86 Prozent, 2015: 85 Prozent) und Stornohaftung (82 Prozent, 2015: 78 Prozent) stellen die Makler mehrheitlich eine Verschlechterung fest. Von einer massiven

Konsolidierungswelle bei Vermittlern gehen 70 Prozent der Makler aus (2015: 77 Prozent). Mehr als jeder zweite Makler bestätigt, dass das LVRG zu negativen finanziellen Auswirkungen in seinem Unternehmen geführt hat. 49 Prozent der Makler gehen nicht davon aus, dass durch das LVRG mehr Makler in die Ausschließlichkeit gehen werden.

### **Deutliche Auswirkungen auf Provisionsvereinbarungen**

Einen deutlich stärkeren Effekt als im Vorjahr hat das LVRG auf veränderte Provisionsvereinbarungen ausgeübt. Demnach bestätigen 14 Prozent der Befragten, dass alle Versicherer die Provisionsvereinbarungen verändert haben (2015: 2 Prozent). Dass die meisten Gesellschaften diesen Schritt vollzogen haben, können 55 Prozent der Makler bestätigen (2015: 45 Prozent). Mehr als jeder zweite Makler glaubt, dass bereits mehr als 60 Prozent der Anbieter die Abschlussprovision reduziert haben.

Bei den Abschlussprovisionen zeigt sich folgendes Bild: Während 22 Prozent der Lebensversicherer ihre Vereinbarungen über die Abschlusscourtage mit den Maklern noch nicht geändert haben (2015: 34 Prozent), haben 77 Prozent von ihnen diese bereits in unterschiedlicher Höhe gesenkt (2015: 64 Prozent). Davon haben 35 Prozent der Gesellschaften um bis zu zehn Promille reduziert (2015: 27 Prozent) und 42 Prozent um mehr als zehn Promille (2015: 37 Prozent). Im Gegenzug haben erst 47 Prozent der Versicherer die Bestandsprovision angehoben (2015: 41 Prozent). Um mehr als einen Prozentpunkt erhöhten lediglich 12 Prozent der Gesellschaften (2015: 11 Prozent). Bei den Haftungszeiten haben 34 Prozent der Lebensversicherungsgesellschaften nichts verändert, 66 Prozent von ihnen haben um 12 bis zu 60 Monate und mehr verlängert. „Abschlussprovisionen wurden stärker gesenkt als Bestandsprovisionen im Gegenzug erhöht wurden“, bilanziert Jürgen Riemer, Vorstand der maklermanagement.ag. Und weiter: „Echte Erhöhungen bei Bestandsvergütungen, um gesunkene Abschlussprovisionen zu kompensieren, gab es nur bei zwölf Prozent der Gesellschaften. In diesem Punkt hatte ich ein anderes Ergebnis und eine stärkere Erhöhung von Bestandsprovisionen erwartet. Eine klare Verlagerung von Abschluss- zu Bestandscourtage lässt auch in diesem Jahr noch auf sich warten.“

Auf die Frage „Welches Provisionsmodell bevorzugen Sie?“, geben 41 Prozent der Makler eine ratierliche Vergütung an, gefolgt von einer reduzierten Abschlussprovision bei höherer Bestandsprovision (30 Prozent). 16 Prozent der Befragten haben sich für eine höhere Abschlussprovision mit verlängerter Haftungszeit entschieden, fünf Prozent für ein Honorar. Wenn sich Makler zwischen Provision und Honorarmodellen entscheiden müssten, bevorzugen 66 Prozent von ihnen eine Vergütung auf Provisionsbasis, 21 Prozent entscheiden nach Kundensituation und acht Prozent wählen ein Honorar. Dazu Jürgen Riemer: „Dass jeder fünfte Makler keine eindeutige Präferenz für eine Provision oder ein Honorar hat und nach Kundensituation entscheidet, zeigt, dass unser Ansatz vom dualen System umgesetzt wird.“ Der Grundgedanke dieses Beratungsansatzes ist es, dass Makler jederzeit abwägen sollten, für welchen Kunden in welcher Beratungssituation ein Honorar sinnvoller ist als die Courtagevariante.

Die Veränderung bei den Provisionen hat dazu geführt, dass fast jeder fünfte Makler sehr hohe bis hohe Einkommenseinbußen feststellt, jeder zweite jedoch nur geringe bis keine. Mit der Größe des Maklerbüros steigt der Anteil derer, die kaum Einkommenseinbußen spüren.

### **Über die Online-Maklerbefragung „Vermittler-Puls 2016“**

- Online-Maklerbefragung durchgeführt im YouGov-Makler-Panel.
- Themen der Befragung sind zum einen das Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG), die

Auswirkungen auf die Vermittlungsgeschäfte sowie die Honorarberatung / -vermittlung und unterschiedliche Vergütungsmodelle infolge des LVRG.

- Befragt wurden Makler, die im Privatkundenmarkt mit dem Schwerpunkt Lebensversicherung (Lebens- und Rentenversicherungen aller drei Schichten und Biometrie) tätig sind.
- Befragungszeitraum: 1. bis 10. Juni 2016.
- Stichprobengröße: 213.
- Auftraggeber: maklermanagement.ag.

#### **Pressekontakt:**

Claudia Kressel

Telefon: 040- 64 53 83 12

E-Mail: [info@kressel-communication.de](mailto:info@kressel-communication.de)

#### **Unternehmen**

DRMM Maklermanagement AG

Ludwig-Erhard-Str. 18

20459 Hamburg

Internet: [www.maklermanagement.ag](http://www.maklermanagement.ag)

#### **Über DRMM Maklermanagement AG**

Die maklermanagement.ag, Hamburg, ist eine Vertriebsservice-Gesellschaft der Basler Versicherungen für unabhängige Finanzdienstleister, die ihren Schwerpunkt in der privaten Altersvorsorge haben. Die maklermanagement.ag unterstützt ihre Geschäftspartner mit einem Angebot aus maklergerechten Produkten der Basler Versicherungen, einem professionellen Makler-Service und einer umfassenden Vertriebsunterstützung. Die maklermanagement.ag ist die erste Vertriebsservice-Gesellschaft, die im Vertriebspartnerservice von der Kölner Gesellschaft ServiceValue zertifiziert wurde. Die maklermanagement.ag wurde im Jahr 2007 gegründet. Weitere Informationen finden Sie unter [www.maklermanagement.ag](http://www.maklermanagement.ag)