

+++ Pressemitteilung vom 29. Mai 2009 +++

Studie: Makler- und Kundenerwartungen an die private Altersvorsorge der Zukunft

Kundenwünsche an private Rentenversicherungen: Garantien, Rendite und Flexibilität

Köln, 29. Mai 2009. Auf der Suche nach privaten Altersvorsorgeprodukten sind private Versicherungsnehmer sehr sicherheitsorientiert. Für zwei Drittel der Deutschen sind Garantien für die Auszahlung der wichtigste Produktaspekt bei der Auswahl einer privaten Altersvorsorge. Ferner wünschen sich 60 Prozent der Deutschen eine flexible Anpassung der Monatsbeiträge, um auf aktuelle Lebenssituationen reagieren zu können. Eine hohe Renditechance bezeichnen zwar 40 Prozent der Deutschen als ein sehr wichtiges Produktmerkmal während der Suche nach geeigneten Lebens- und Rentenversicherungen. Gleichzeitig ist für fast ein Viertel (23 Prozent) der Versicherungskunden erstaunlicherweise sogar ein unwichtiges Suchkriterium. Dies sind Ergebnisse der aktuellen Studie „Variable Annuities - Kunden- und Maklererwartungen an die nächste Generation der privaten Altersvorsorgeprodukte“, die von YouGovPsychonomics und The Royal Bank of Scotland plc. veröffentlicht wurde. In 1.000 repräsentativen Privatkunden- und 190 Maklerinterviews wurden Such- und Entscheidungskriterien für private Altersvorsorgeprodukte erfragt.

Auch die unabhängigen Versicherungsmakler suchen bei Rentenversicherungsprodukten mehrheitlich (54 Prozent) eine möglichst hohe Garantieleistung. Anders als Kunden beachten sie Aspekte der Produktflexibilität und eine hohe Rendite auf der Suche nach guten Rentenversicherungen deutlich stärker. Trotz dieser differenzierten Suchkriterien, sind Variable Annuity Produkte nur bei wenigen Maklern gut bekannt. Weniger als zwei Drittel der Makler haben überhaupt schon einmal von Variable Annuities gehört und weniger als ein Fünftel können die wesentlichen Produktvorteile (ungestützt) benennen. Bei Maklern besteht

deswegen ein großer Wunsch nach Aufklärung hinsichtlich der ausgesprochenen Garantien und zu erwartenden Renditen.

Variable Annuities überzeugen Kunden und Makler

Die in der Studie untersuchten Produktkonzepte der privaten Altersvorsorge machten dennoch deutlich, wie gut eine Variable Annuity mit rentenförmigem Auszahlungsprofil die Erwartungen und auch Entscheidungskriterien von Kunden und Maklern trifft. So können sich ein Drittel beider Untersuchungsgruppen für ein solches pAV-Produkt begeistern und sehen die Stärken insbesondere in der Flexibilität und den Garantieleistungen. Die durch eine Conjoint-Analyse erfassten Entscheidungskriterien belegten einmal mehr die hohe Bedeutung des Garantiewunsches der Kunden (Rang 1) und auch der Makler (Rang 3). Überraschenderweise steht bei den Versicherungsnehmern im tatsächlichen Auswahlprozess die Renditeorientierung auf Rang 2, bei den Suchkriterien waren diese noch auf dem letzten Rang. Bei Maklern ist die Renditeerwartung sogar auf Rang 1 der Entscheidungskriterien. „Damit entspricht der Lösungsansatz von Variable Annuities ziemlich genau dem Entscheidungsprofil der meisten Versicherungsnehmer. Jedoch sind auch zielgruppenspezifische Unterschiede zu berücksichtigen“, so Dr. Michaela Brocke, Studienleiterin und Senior Projektmanagerin der YouGovPsychonomics AG. Deutliche Altersunterschiede liegen z. B. beim Wunsch vor, Einfluss auf die Auswahl der Investmentfonds zu haben.

Versicherungsunternehmen betreten mit der Erweiterung ihrer Produktpalette um Variable Annuities Neuland. Der Umsetzung in Deutschland stehen zudem regulatorische Hindernisse wie der gesetzliche Höchstrechnungszins entgegen. Deshalb suchen insbesondere mittlere und kleinere Versicherungsunternehmen nach alternativen Produktkonzepten, die sich näher an etablierten Versicherungsangeboten anlehnen und die aus Kundensicht vergleichbare Vorzüge bieten. Dazu Tilmann Roth, Director Structured Solutions der Royal Bank of Scotland plc: "Dynamische Hybridkonzepte können hier eine Alternative bieten".

Weitere Informationen zur Studie

In den repräsentativen Online-Befragungen mit Kunden (n=1.000) und Maklern (n=190) werden folgende Themengebiete zu privaten Altersvorsorgeprodukten untersucht: Suchkriterien, Spontaneindruck zu Variable Annuities, Conjoint-Analyse für pAV-Produkte mit folgenden Merkmalen (Variationen): Anlagestrategie (keine, 3 Anlagestrategien, 20 Fonds, 50 Fonds), Aufschubphase (bei Einmaleinzahlungen: 10, 15, 20 Jahre), Einzahlung zusätzliche Beiträge (keine, Einmaleinzahlung möglich, bei regelmäßiger

Einzahlung: Erhöhung der Monatsbeiträge möglich), Entnahmemöglichkeit (ja, nein), Garantien auf eingezahlte Beiträge (80 Prozent, 100 Prozent, 120 Prozent, 130 Prozent), Renditechance (2,25 Prozent, 4,25 Prozent, 6,25 Prozent, 7,25 Prozent,), Verringerung von Monatsbeiträgen (bei regelmäßiger Einzahlung: ja, nein) und Versicherer/Marke (AXA, Provinzial, Standard Life, SV-Versicherung). Ferner wurden Erwartungen an die Art der angebotenen Fonds bzw. Zertifikate (z. B. ETFs) und die Fondsgesellschaften ermittelt.

Speziell bei Maklern wird ermittelt, welcher Kenntnisstand und welche Erfahrungen mit Variable Annuities bestehen, weiterhin spezifische Wünsche und Zielgruppenausrichtung für Variable Annuity Produkte.

Weiter Informationen finden Sie hier:

www.psychonomics.de/filemanager/download/1929

Studienleitung

Dr. Michaela Brocke / Tel.: +49 0221 42061 - 562 / E-Mail:
michaela.brocke@psychonomics.de



+++ +++ +++

Über YouGovPsychonomics AG

YouGovPsychonomics ist ein Marktforschungsinstitut mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin und Wien. Als Teil der weltweiten YouGov-Gruppe mit derzeit 15 Niederlassungen in zwölf Ländern bietet YouGovPsychonomics hochqualifizierte Markt- und Organisationsforschung.

Pressekontakt YouGovPsychonomics

Simon Wolf / Tel.: +49 0221 42061 - 596 / E-Mail:
simon.wolf@psychonomics.de

YouGovPsychonomics AG / Berrenrather Straße 154 – 156 / 50937 Köln

Über The Royal Bank of Scotland plc

The Royal Bank of Scotland Group (RBS), im Jahre 1727 gegründet, ist einer der führenden Finanzdienstleister weltweit mit einem umfassenden Angebot im Privat- und Firmenkundengeschäft, einer Präsenz in über 50 Ländern und weltweit mehr als 40 Millionen Kunden. Mit dem Geschäftsbereich Global Banking & Markets ist die RBS auch in Deutschland ein führender Bankpartner von Unternehmen, Finanzdienstleistern sowie Institutionen der Öffentlichen Hand. www.rbs.de

Pressekontakt The Royal Bank of Scotland plc, Niederlassung Frankfurt

Andrea Blecker / Tel. 069 / 17006 945 / E-Mail: andrea.blecker@rbs.com