

„Die Lebensversicherung als Branche und als Partner für die Vorsorge wird bleiben und weiter wachsen“

*Kommentar von Andreas Wimmer,
Vorstandsvorsitzender Allianz Lebensversicherung*

Wir blicken heute auf ein wechselhaftes Jahr 2020 zurück – welche Folgen die Corona-Pandemie auch wirtschaftlich hat, ist noch nicht absehbar. Aber für die Vorsorgesparer, die Menschen, die für sich und ihre Familie mit Blick auf die Zukunft Geld zurücklegen, ist eines klar: die Auswirkungen auf die Kapitalmärkte und konkret das Zinsniveau werden noch lange anhalten. Für sichere Anlagen gibt es praktisch keine Zinsen mehr.

Im Gegenteil: Heute müssen die Menschen in Deutschland an vielen Stellen dafür zahlen, dass sie Geld sparen. Ist damit die Lebensversicherung tot, wie manche Kritiker unken? Nein, sie ist und bleibt quicklebendig, weil ihre relativen Vorteile als kollektives System noch besser zum Tragen kommen, wenn wir die Weichen richtig stellen. Zukunftsvorsorge heißt nicht, dem Gestern nachzutruern und das Heute zu beklagen, sondern das Morgen zuversichtlich und mutig zu gestalten und mit Stolz das zu bewahren, was uns einzigartig macht: die Absicherung existentieller Risiken, der Schutz vor Schwankungen am Kapitalmarkt und die Gewähr, im Alter ein lebenslanges zusätzliches Einkommen zahlen zu können.

Bei Allianz Leben haben wir unsere Entscheidungen für das Jahr 2021 unter dieses Motto gestellt: „Wir wollen, dass die Altersvorsorge bleibt wie sie ist – mit attraktiven Renditechancen, echten Mehrwerten für unsere Kunden über Zeiträume von 30 oder 40 Jahren, dabei zuverlässig und sicher. Und deshalb passen wir uns und unsere Angebote an.“

Es gibt null Zinsen aufs Ersparte, aber das heißt nicht, dass wir auch in einem Nullrenditeumfeld leben. Es ist auch heu-

te möglich, attraktive Renditen zu generieren. Der Schlüssel liegt in einer intelligenten und innovativen Kapitalanlage: Wir legen als Lebensversicherer das Geld unserer Kunden schon jetzt weltweit an, breit diversifiziert, zu vernünftigen Konditionen, mit exzellenter Expertise – und mit erstaunlichem Erfolg, wenn man auf die Renditen blickt. Und genau deshalb müssen wir hier noch höhere Freiheitsgrade schaffen, müssen die Kapitalanlage flexibler machen und weitere Chancen für unsere Kunden sichern.

Das schaffen wir, wenn wir die Garantien anpassen und zugleich unseren Kunden weiter Sicherheit und Stabilität bieten. Allianz Leben

hat sich ab dem Jahr 2021 für diesen Weg entschieden: Wir fokussieren uns im Produktangebot der Altersvorsorge auf Lösungen mit zeitgemäßen Garantien, die je nach Kundenwunsch am Ende der Ansparphase auf einem Niveau von mindestens 90, 80 oder 60 Prozent der gezahlten Beiträge liegen. Damit können wir unsere Kapitalanlage flexibler ausrichten, wendiger, noch mehr darauf fokussiert, weltweit Renditechancen zu schöpfen.

SINKT DAS GARANTIENIVEAU, DANN STEIGT DER ANTEIL CHANCENORIENTIERTER ANLAGEN

Wie das wirken kann, zeigt sich am Sicherungsvermögen, der stabilen Basis aller unserer Angebote in der Altersvorsorge. Wir haben schon die letzten Jahre genutzt, um den Anteil der chancenorientierten Kapitalanlagen in unserem Sicherungsvermögen stetig auszubauen. Heute haben die chancenorientierten Kapitalanlagen – darunter verstehen wir



Aktien, Immobilien, Infrastrukturinvestments, erneuerbare Energien sowie Unternehmens- und Schwellenländeranleihen – einen Anteil von 45 Prozent in unserem Sicherungsvermögen. Dieser Anteil lag 2010 noch bei 32 Prozent. Genau diesen Weg möchten wir fortsetzen und haben dafür diese Entscheidungen getroffen. Welche Möglichkeiten dies eröffnet, zeigt das Rechenbeispiel für das Vorsorgekonzept KomfortDynamik, eines unserer hybriden Konzepte, bei dem wir das Sicherungsvermögen mit einem speziellen chancenorientierten Sondervermögen kombinieren: Setzt man bei einem 30-jährigen Vertrag gegen laufenden Beitrag das Garantieniveau auf 80 Prozent, steigt der Anteil chancenorientierter Anlagen auf zwei Drittel.

Aktuelles Beispiel: Allianz Leben investiert gut 700 Mio. Euro in ein Joint-Venture mit der Telefónica Gruppe für die Verlegung von Glasfaser in Deutschland. Und 160 Millionen fließen in ein innovatives und nachhaltiges Erdgasprojekt in Portugal. Sollen wir auf derart chancenreiche Investments verzichten und stattdessen Staatsanleihen kaufen? Etwa Bundesanleihen, die bei denen wir von heute eingezahlten 100 Euro in zehn Jahren noch 95 Euro zurückkriegen? Nein, wir werden die Altersvorsorge neu definieren.

Dabei gilt natürlich weiterhin: Eine Lebensversicherung muss sicher und wertstabil sein. Es geht um das Vorsorgekapital unserer Kunden, allein bei der Allianz Leben sind es mehr als 10 Millionen Menschen, die uns bei der Zukunftsvorsorge und der Absicherung von Risiken ihr Vertrauen schenken. Gerade nach diesem Krisenjahr haben viele Angst um ihren Arbeitsplatz, um die Existenz, Angst um das Erreichte. Diese verständlichen Sorgen können wir nachvollziehen und wir wollen auf diese eingehen. Denn: Die Sorge ums Geld ist ein wichtiger Baustein, wenn wir für die Zukunft vorsorgen. Damit wägen wir Chancen und Sicherheiten passend ab.

UMFRAGEN DER KUNDEN UNTERMAUERN UNSERE ENTSCHEIDUNG

Umso wichtiger ist es, den Vorsorgesparern das zu vermitteln: Auch wenn wir uns von der hundertprozentigen Beitragsgarantie verabschieden, bieten wir Sicherheit. Und das müssen wir in der Debatte um den richtigen Weg in der privaten wie der betrieblichen Altersvorsorge offen ansprechen: Es gibt einen Unterschied zwischen Sicherheit und Garantie! Wir setzen weiterhin auf bewährte Sicherungselemente in unserer Kapitalanlage, aber zugleich richten wir uns auf das erklärte Ziel der Vorsorgesparer aus: Sie möchten Renditen für ihr Ersparnis, möchten über einen langen Zeitraum ein möglichst hohes Kapital aufbauen, aus dem sie später ein zusätzliches, lebenslanges Einkommen erhalten.

Werden wir die Kunden für diesen neuen Weg gewinnen? Ja, denn die Menschen sind sich der ökonomischen Realitäten bewusst.

Wir haben im Vorfeld der Entscheidung für die Neuerungen 2021 unsere Kunden befragt, die Ergebnisse sind eindeutig: Zwei Drittel der Kunden setzen auf angepasste Garantien und nicht mehr auf eine Beitragsgarantie von 100 Prozent. Ohnehin geben ebenfalls zwei Drittel der Befragten an, dass sich ihre Einstellung zum Sparen durch die Niedrigzinssituation verändert hat. Übrigens zeigt sich das schon seit einigen Jahren: Immer mehr Kunden greifen zu kapitalmarktnahen Angeboten, und wo dies schon möglich ist, da wählen immer weniger Menschen eine volle Beitragsgarantie.

BEI DER NEUEN KLASSIK GAB ES AUCH VIEL SKEPSIS - DAS PRODUKT WURDE ABER EIN VERKAUFSSCHLAGER

Wir betreten kein Neuland: Wir haben bereits in der Vergangenheit unsere Angebote konsequent und frühzeitig so verändert, dass sie zu den Kundenbedürfnissen und den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen passen. Mit Blick auf die Allianz denke ich etwa an die Einführung von „Perspektive“ 2013 in den Markt, der damals noch von den klassisch kalkulierten Rentenversicherungen geprägt war. Wir sind damals auf Skepsis gestoßen, haben uns der öffentlichen Diskussion gestellt – in den Folgejahren ist dieses Produkt zum Verkaufsschlager geworden und hat als „Neue Klassik“ Standards gesetzt.

Wir können unsere Strategie umso besser verfolgen, weil wir uns deutlich von anderen Formen des Sparens und der Geldanlage unterscheiden: Unsere Kunden denken in Jahrzehnten, wenn sie mit uns Geld für die Zukunft zurücklegen. Junge Kunden, die heute in die Vorsorge einsteigen, starten in den 2060er oder 2070er Jahren in die Rente. Sie wollen sich über lange Zeiträume Chancen auf Renditen sichern. Und wir können das Geld in Langfrist-Projekte investieren, können auf nachhaltige Anlagen setzen, können das Geld in nicht börsengehandelte Assets anlegen, die den privaten Vorsorgesparern ansonsten nicht zugänglich sind.

Die Altersvorsorge wird sich in den kommenden Jahren weiter verändern, die Lebensversicherung als Branche und als Partner für die Vorsorge wird bleiben und weiter wachsen. Wir haben als Branche nämlich auch an vielen anderen Stellen deutliche Fortschritte gemacht. Wir sind heute digitaler und flexibler als je zuvor, haben moderne Angebote auf dem Markt, setzen weiterhin auf gute Beratung und persönliche Betreuung.

Mit diesen Veränderungen wird die private und die betriebliche Vorsorge bleiben wie sie ist: Attraktiv, sicher, erfolgreich – und eine stabile Säule der Zukunftsvorsorge. So erreichen wir ein Mehr an Altersvorsorge für Millionen Menschen in Deutschland.