

Was wirklich wichtig in der privaten und betrieblichen Vorsorge ist.

Höhere Verzinsung? Oder Top-Produkte und gute Erreichbarkeit für Makler und Kunden?

Da die Europäische Zentralbank die Leitzinsen in den letzten Monaten in mehreren Schritten von 0% auf aktuell 4,5% angehoben hatte, haben einige Versicherer die **Verzinsung der Lebensversicherungsprodukte von 2 auf 2,5%** angehoben und bewerben dies aktuell auch aktiv.

Auch Zurich hat die Gesamtverzinsung auf 2,5% angehoben, unserer Ansicht nach ist das jedoch nicht wirklich das alleinige und entscheidende Argument, um eine Lebensversicherung abzuschließen.
Was ist wirklich wichtig?

Argumente für das Beratungs-Gespräch, zum Thema (Un-)Wichtigkeit der Zins-Höhe:

- **Lebensversicherung zur lebenslangen Absicherung** (des eigenen Lebensstils und der Familie)
Für den Kapitalaufbau mag der Zinssatz und die avisierte Endsumme wichtig sein. Aber mindestens genauso wichtig ist die Tatsache, dass man am Ende der Laufzeit eine **lebenslange Zusatzpension – als Ergänzung** zur staatlichen Säule – ausbezahlt erhalten kann, mit der man dann **den gewohnten Lebensstil langfristig absichert**.

Weiters weisen einige Produkte einen (variabel gestaltbaren) **Ablebensschutz** auf, der die **Hinterbliebenen absichert**.

- **Garantieverzinsung, Gewinnbeteiligung, Zuteilung wann?**
Neben der Garantieverzinsung (derzeit 0% laut Aufsichtsbehörde) gibt es eine (nicht garantierte) Gewinnbeteiligung, die zusätzlich ausgeschüttet wird. Bei diesem Punkt ist darauf zu achten, wann und wie hoch diese Zuteilung erfolgt. **Bei Zurich** wird – im Gegensatz zu anderen Anbietern, die teilweise nur 50 % als jährliche Zuteilung ausweisen - die **volle Höhe der Gewinnbeteiligung als jährliche Zuteilung fix zugewiesen**, womit sie nicht mehr verloren gehen kann und die **garantierten Werte laufend erhöhen**.

Auf diesen Punkt sollten Sie als Berater:in besonders aus dem Gesichtspunkt möglicher Haftung aufgrund zukünftiger Ansprüche der Lebensversicherungskunden genau achten.

- **Die Lebensversicherung ist sicher**, wie das Wort schon sagt.
Hier kommen die Vorteile des sogenannten **Deckungsstocks** einer Versicherung zum Tragen. Die im Deckungsstock enthaltenen Vermögenswerte müssen zur Besicherung der Ansprüche der Versicherungsnehmer **nach strengen Regeln vorgehalten** werden. Dieses **Sondervermögen** ist vom übrigen Vermögen des Versicherungsunternehmens **getrennt auszuweisen**. Es wird treuhänderisch und unter Aufsicht eines Kontrollorgans und der FMA verwaltet und ist dem Zugriff anderer Gläubiger entzogen.

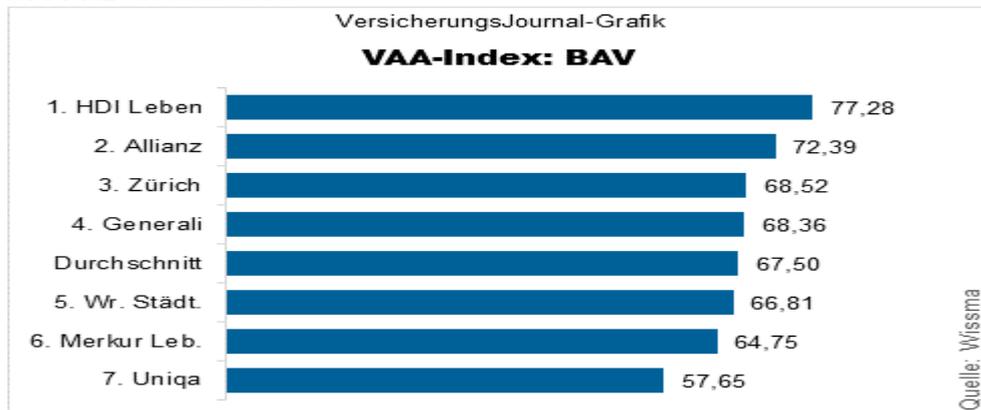
Daher gilt grundsätzlich die Antwort: **Wer eine risikoarme Absicherung sucht**, der ist bei der **klassischen Lebensversicherung gut aufgehoben**.

Produkt-Beurteilung, Erreichbarkeit für Makler?

Aber neben den oben genannten Prozentzahlen und „hard facts“ sind mindestens ebenso die „soft facts“ wichtig und den Kunden und Kundinnen zu erläutern.

Als Demonstrations-Beispiel möchten wir **Auszeichnungen wie etwa den Versicherungsaward Austria** erwähnen. Die Marktforscher der Wissma GmbH befragen Jahr für Jahr den unabhängigen Vertrieb – sortiert nach Produktgruppen. Hier können die Vermittler zu Produkten, Flexibilität, Polizzierung, Schadensregulierung, Provisionsauszahlung, IT, aber auch Maklerbetreuung und Erreichbarkeit eine Bewertung der Versicherer abgeben.

Und hier sei erwähnt, dass **Zurich in der Gesamt-Kategorie „Betriebliche Altersvorsorge“, den 3. Platz** erreicht hat.



Graphik: VVA-Index BAV, Quelle VersicherungsJournal, basierend auf Wissma

Und ebenso wichtig ist die Frage der **Betreuung des unabhängigen Vertriebs**, wo Zurich ebenso im Spitzenfeld zu finden ist. Wie Sie an der unten folgenden Graphik entnehmen können, **verfehlte Zurich in dieser Kategorie nur um 2 Punkte Platz 2.**

Das Rennen zwischen Generali, Allianz und Zurich wurde jeweils nur um 1 Punkt Abstand entschieden. Ein wenig unverständlich erscheint es, warum Zurich nicht Platz 2 errungen hat, trotzdem **Zurich sowohl mehr „ausgezeichnet“ und auch mehr „gut“ als Allianz und Generali hat** und keine einzige mittelmäßige/schlechte Bewertung bekommen hat.

Wir fragten daher beim Meinungsforschungsinstitut nach und wollten diese „Logik“ erklärt bekommen. Dankenswerterweise wurden wir aufgeklärt. Der Grund liegt darin, dass in der Graphik **im grünen Balken die ausgezeichnet und sehr gut zusammengezählt** ausgewiesen sind. Da die anderen beiden Anbieter minimal mehr ausgezeichnet bekamen als die Zurich, liegen sie im Endergebnis um jeweils einen Punkt voran. Was wiederum für eine Top-Qualität aller in diesem Ranking liegenden Institute spricht.



Graphik: Erreichbarkeit der Maklerbetreuer, Betriebliche Altersvorsorge. Quelle VersicherungsJournal, basierend auf Wissma. Zum Vergrößern auf das Bild klicken.

Und wie schaut es mit der Kunden-Orientierung aus?

Hier sei exemplarisch auf den **Recommender Award** verwiesen, bei dem Zurich im Vorjahr zum **13. Mal eine ausgezeichnete Kundenorientierung** bestätigt wurde.

Bei dieser Umfrage hat der FMVÖ (Finanz-Marketing Verband Österreich) die Weiterempfehlungsbereitschaft von Bank- und Versicherungskunden erhoben. Dazu wurden 8.007 Interviews geführt und gefragt, wie wahrscheinlich es ist, dass man ein Unternehmen weiterempfiehlt.

Wir haben darüber berichtet. **Zum Nachlesen** [hier...](#)

Unserer Ansicht nach sind solche Fach- und Kunden-Beurteilungen ein wichtiger Hinweis auf Qualität und Zufriedenheit.

Für Sie als Vertriebspartner:in der Zurich bedeutet das, dass Sie darauf vertrauen können, dass die Zurich-Mitarbeiter:innen unsere gemeinsamen Kunden und Kundinnen bestens betreuen und Sie also das richtige Produkt und mit Zurich den richtigen Partner gewählt haben.

Quellen: Versicherungsjournal, Wissma