

Warum Sicherheit und Garantie nicht dasselbe ist ...

... und warum der Unterschied bei niedrigen Zinsen besonders wichtig ist

- Jochen Ruß
- August 2017



Agenda

Welche GarantiefORMen gibt es in Altersvorsorgeverträgen?

Kann zu viel Garantie schädlich sein?

Geht Sicherheit auch ohne Garantie?

Und wie erklärt man das den Kunden?

Fazit

Welche GarantiefORMEN gibt es in Altersvorsorgeverträgen?

Oder: Garantien – Ja, aber die richtigen!

Jede Garantie reduziert das Renditepotenzial. Dieser Effekt ist bei niedrigen Zinsen besonders stark ausgeprägt. Garantien sind derzeit also besonders „teuer“.

- Es ist daher wichtiger denn je, ...
 - ...sich zu überlegen, ob für einen konkreten Kunden Garantien sinnvoll sind.
 - ... und falls ja, sich bzgl. **Garantieart** und **Garantiehöhe** auf diejenigen Garantien zu beschränken, die der entsprechende Kunde wirklich braucht.

Garantiehöhe: Die garantierte Leistung ist der „schlimmst mögliche Fall“ (und nicht der Normalfall). Garantien unter 100% der Beitragssumme oder des Vertragsguthabens sind deshalb nicht notwendigerweise schlecht.

Die wichtigsten Garantiearten:

permanente Kapitalgarantie stichpunktbezogene Kapitalgarantie lebenslange Einkommensgarantie



Die Garantien sind unterschiedlich „teuer“. Oft sind alle 3 Garantien im selben Produkt beinhaltet.

Agenda

Welche GarantiefORMen gibt es in Altersvorsorgeverträgen?

Kann zu viel Garantie schädlich sein?

Geht Sicherheit auch ohne Garantie?

Und wie erklärt man das den Kunden?

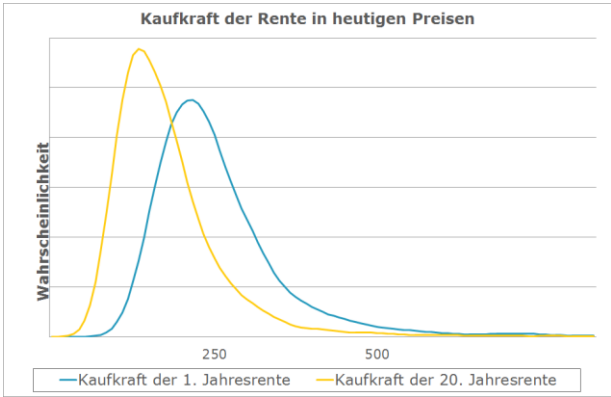
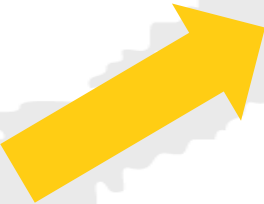
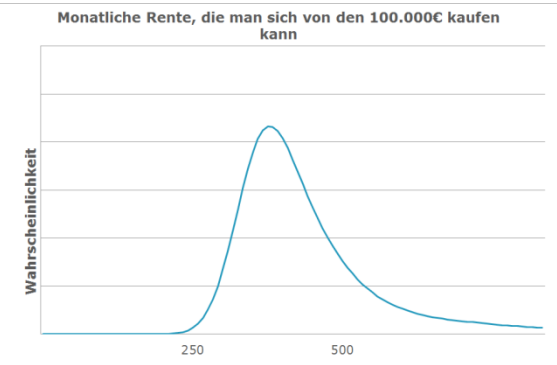
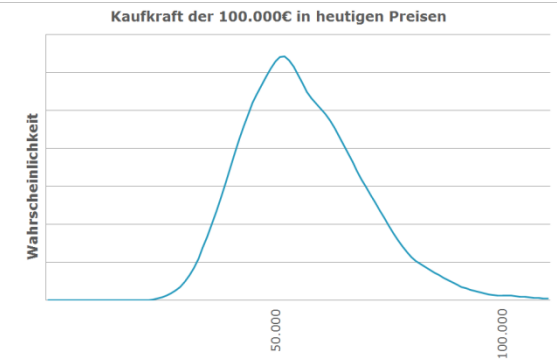
Fazit

Kann zu viel Garantie schädlich sein?

Warum die „falsche“ Garantie das Risiko sogar erhöhen kann.

Illustrativ!

100.000 € garantiert in 30 Jahren



PIA / PRIIP-KID darf nur diese Leistung berücksichtigen!

Garantie in der Dimension „nominales Kapital in 30 Jahren“ **erhöht u.U. das Risiko** in der Dimension „inflationbereinigtes lebenslanges Einkommen“.

Agenda

Welche Garantiefornen gibt es in Altersvorsorgeverträgen?

Kann zu viel Garantie schädlich sein?

Geht Sicherheit auch ohne Garantie?

Und wie erklärt man das den Kunden?

Fazit

Geht Sicherheit auch ohne Garantie?

Risikoreduzierende Strategien bei fondsgebundenen Produkten ohne Garantie

Ausgangspunkt: Garantien sind „teuer“, aber Kunden wünschen Sicherheit.

Kernfragen:

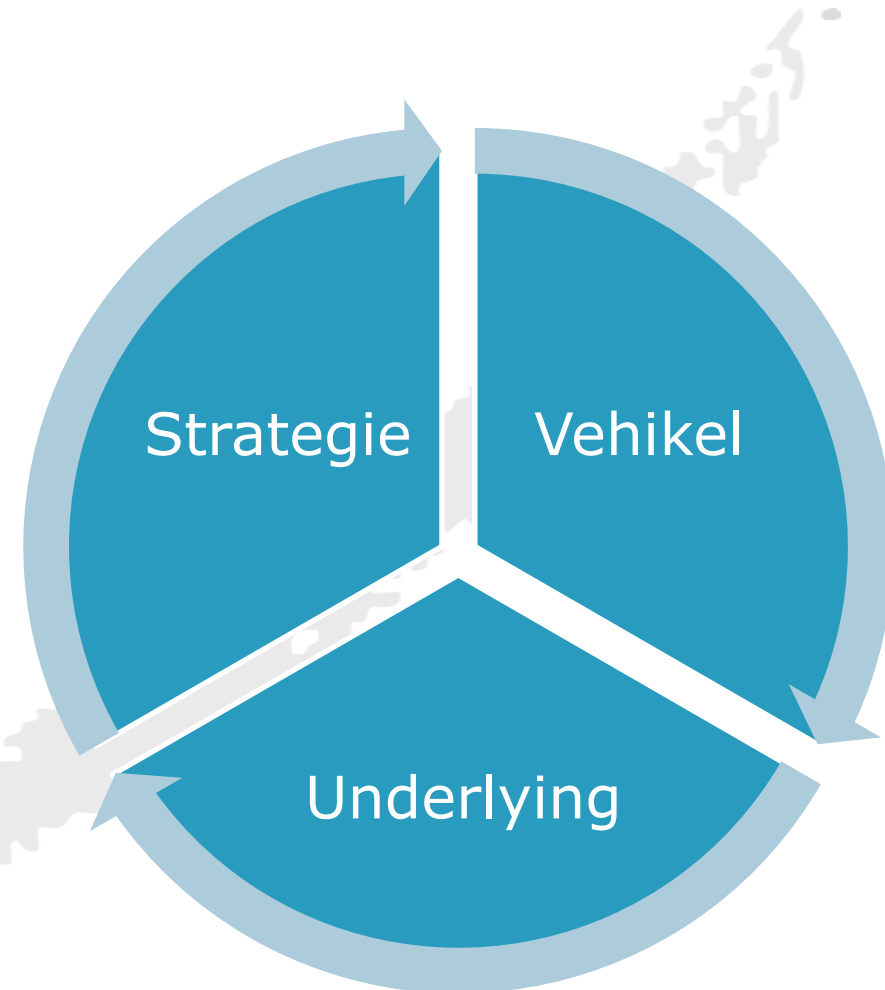
- Kann es für manche Kunden sinnvolle Alternativen zu Garantieprodukten geben?
- Gibt es Sicherheit auch ohne Garantie?

Beispiel: Risiko reduzierende Kapitalanlagestrategien in Fondspolicen. Solche Produkte bieten keine Garantie, aber dennoch ein „gewisses Maß“ an Sicherheit.

Solche Produkte bestehen aus

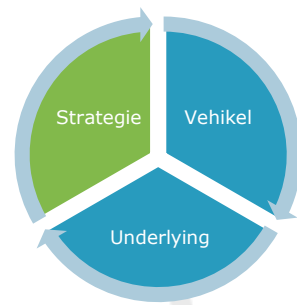
- der verwendeten Strategie,
- dem Investmentvehikel, das die Strategie umsetzt,
- den Underlyings, in welche investiert werden kann.

Wir beschränken uns heute aus Zeitgründen auf eine Diskussion möglicher Strategien.



Geht Sicherheit auch ohne Garantie?

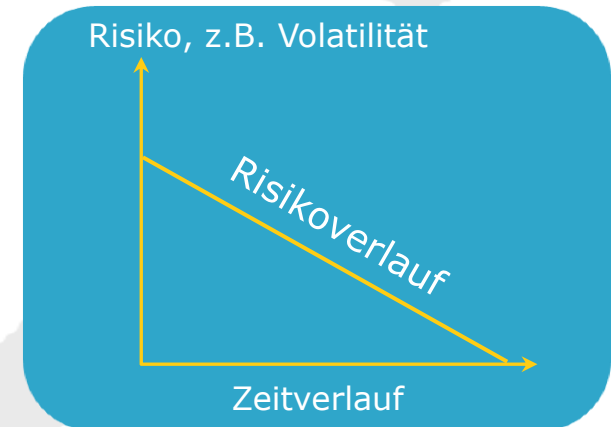
Risikoreduzierende Strategien bei fondsgebundenen Produkten ohne Garantie



Mögliche Strategien lassen sich einteilen in:

(1) risikobasierte Strategien

- Beispiel 1: **Risikobegrenzung** durch verschiedene Fonds mit vorgegebener Volatilität
 - „wähle den Fonds, dessen Risiko derzeit zu Dir passt“
- Beispiel 2: **Im Zeitverlauf fallendes Risiko** (z.B. Volatilität)
 - 30% Aktienquote in turbulenten Märkten kann riskanter sein als 50% in ruhigen Marktphasen.
 - Im Zeitverlauf wird das Marktrisiko reduziert (und nicht „nur“ die Aktienquote) → **LifeCycle 2.0**



(2) chancenbasierte Strategien

- Grundidee: quantitative Ansätze generieren „Überrendite“. Hieran kann man glauben oder nicht.
- Keine Sicherheitsaspekte. Daher u.E. als Alternative zu Garantieprodukten nicht oder nur in Kombination mit einer risikobasierten Strategie geeignet.

(3) **Strategien**, die ein gewisses (ggf. kundenindividuelles) **Mindest-Anlageziel** zu einem gewissen Zeitpunkt anstreben, ohne es zu garantieren. Ein Beispiel folgt auf der folgenden Folie.

Geht Sicherheit auch ohne Garantie?

Risikoreduzierende Strategien bei fondsgebundenen Produkten ohne Garantie

Produktbeispiel

Eine mögliche Ausgestaltung: Dynamisches Hybridprodukt ohne Garantie

■ Versicherersicht:

- Aufteilung der Kapitalanlagen erfolgt exakt wie bei dynamischem Hybridprodukt, aber:
 - kein „80er-Garantiefonds“ – alles, was nicht klassisch ist, geht in Fonds, die der Kunde frei wählen kann.
 - evtl. nur ein Garantiezins von z.B. 0% auf den klassischen Teil
 - Aufteilung des Vermögens dennoch mit 0,9% oder sogar mit ($x > 0,9\%$) berechnet
- Hauptvorteil: Keine Garantie auf das Gesamtprodukt. Nur Garantiezins 0% auf klassischen Teil.

■ Kundensicht:

- Optimal auf das Mindest-Anlageziel abgestimmte Aufteilung des Guthabens (Klassik/Fonds).
- Sofern die (vom Kunden gewählten) Fonds in keinem Monat um mehr als 20% fallen und die Gesamtverzinsung in jedem Jahr über $x\%$ liegt, wird das Mindest-Anlageziel erreicht.
- Hauptvorteil: Freie Fondsauswahl (kein „80er“ erforderlich). Höhere Fondsquote als bei vergleichbaren Produkten mit Garantie (sofern $x > \text{Rechnungszins}$).
- Garantie wird ersetzt durch sehr hohe Wahrscheinlichkeit, das Mindest-Anlageziel zu erreichen.
- Im Gegenzug höheres Renditepotenzial.

Agenda

Welche Garantiefornen gibt es in Altersvorsorgeverträgen?

Kann zu viel Garantie schädlich sein?

Geht Sicherheit auch ohne Garantie?

Und wie erklärt man das den Kunden?

Fazit

Und wie erklärt man das den Kunden?

Auf den Punkt gebracht: Welche Garantie ist für welchen Teil des Vermögens sinnvoll?

Das Vermögen sollte gedanklich in drei Töpfe eingeteilt werden.

1



Der „Notgroschen“

Sehr sicher und liquide anlegen.

Permanente Kapitalgarantie ist hier sinnvoll.

2



Geld für späteren Konsum, etc.

Chancenreichere Kapitalanlagen nutzen.

Mischen!

Bei risikoscheuen Kunden mit Zeitpunktgarantie absichern.

3



Geld für gewünschten Lebensstandard im Alter

Lebenslange Einkommensgarantie (Rente) erforderlich.

Möglichst chancenreiche Kapitalanlagen nutzen (auch in der Rentenphase), damit eine Chance besteht, dass die Rente mit der Inflation wächst.



Tatsächlich haben die Menschen ihr Geld ganz anders angelegt:

- Zu wenig Renditechancen durch **zu viele permanente Kapitalgarantien.**
- **Zu wenig Garantie eines lebenslangen Einkommens.**

Und wie erklärt man das den Kunden?

Wie kann man die Akzeptanz von bedarfsgerechten Garantien erhöhen?

Die Akzeptanz von Produkten mit geringeren/schwächeren oder sogar ohne Garantien ist sehr gering.

- Es gibt einen Unterschied, zwischen dem, was Kunden **wollen** und dem, was sie **brauchen**.
- Früher (als die Zinsen höher waren) war es einfach, den Kunden das zu geben, was sie wollen.
- Heute (wo die Zinsen niedrig sind) ist es besonders wichtig, ihnen erst zu erklären, was sie brauchen.

Um Missverständnisse zu vermeiden: Dieser Vortrag ist kein Plädoyer gegen Garantien! Es ist aber sehr wichtig, die **Akzeptanz von bedarfsgerechten Garantien** zu erhöhen.

Voraussetzung hierfür ist ein Verständnis dafür, warum Kunden oftmals das, was gut für sie ist, nicht gut finden.

- Die Erkenntnisse der modernen Verhaltenspsychologie / Verhaltensökonomie können hier helfen.
- Daher zum Abschluss noch ein paar kurze Gedanken hierzu.

Und wie erklärt man das den Kunden?

Allgemeiner: Wie kann man Erkenntnisse der Verhaltensökonomie in der Praxis nutzen?

Es gibt im Wesentlichen **3 Ansätze, die Erkenntnisse der Verhaltensökonomie in der Praxis zu nutzen:**

1. Man versucht zu verstehen, welche Produkte Kunden aus welchem Grund gut finden. Dann werden solche Produkte entwickelt.



Bei niedrigen Zinsen schwierig

2. Man versucht zu verstehen, warum Kunden Produkte, die „rational betrachtet“ sinnvoll wären, dennoch nicht gut finden. Diese Erkenntnisse versucht man im Marketing so zu nutzen, dass Kunden „das Richtige“ tun

- z.B. geeignete Präsentation von „sinnvollen“ Produkten.



Beispiele folgen

3. Man versucht regulatorische Anreize (z.B. Steuervorteile, Zulagen,...) zu setzen für Produkte, die für die Kunden sinnvoll sind.

- „Nudging“
- Aber: Gefahr einer „one size fits all“ policy!



Und wie erklärt man das den Kunden?

Wie kann man die Akzeptanz von bedarfsgerechten Garantien erhöhen?

Fallbeispiel 1: „Framing“ beim statischen Hybridprodukt:

- Framing bedeutet: Die Art, wie das Produkt präsentiert wird, beeinflusst die Entscheidung des Kunden.
- Bei geeigneter Präsentation steigt die Akzeptanz niedrigerer Garantien.
 - Meist: Versicherer lässt den Kunden wählen, wie viel Garantie er will, und berechnet daraus die mögliche Fondsquote.
 - Ergebnis: Viele Kunden wählen das maximale Garantieniveau.
 - Alternative: Versicherer lässt den Kunden wählen, welchen Anteil des Geldes er in Investmentfonds investieren will, und berechnet daraus die resultierende garantierte Ablaufleistung.
 - In diesem Fall wird deutlich chancenreicher angelegt **und** die daraus resultierende geringere Garantie wird akzeptiert.



Akzeptanz einer niedrigeren Garantiehöhe kann durch geeignete Produktpräsentation erhöht werden.

Und wie erklärt man das den Kunden?

Wie kann man die Akzeptanz von bedarfsgerechten Garantien erhöhen?

Fallbeispiel 2: „Framing“ bei der Rentenversicherung:

- Framing bedeutet: Die Art, wie das Produkt präsentiert wird, beeinflusst die Entscheidung des Kunden.
- Bei geeigneter Präsentation steigt die Akzeptanz der Garantie einer lebenslangen Rente.
- Rente kann als **Investment** erläutert werden, dessen Rendite von der Lebensdauer abhängt.
 - riskantes Investment, Wette auf ein langes Leben, ...
- Rente kann alternativ als **Versicherung** erläutert werden, die den lebenslangen Konsum absichert.

Studien zeigen: Wird die Rentenversicherung als „Absicherung von Konsum“ erläutert (consumption frame), wird eher verrentet als wenn sie als Investment erläutert wird (investment frame).



Akzeptanz der sinnvollen Garantief orm „lebenslanges Einkommen“ kann durch geeignete Produktpräsentation erhöht werden.

Und wie erklärt man das den Kunden?

Wie kann man die Akzeptanz von bedarfsgerechten Garantien erhöhen?

Fallbeispiel 3: „Anchoring“ und die Rentenversicherung:

- Anchoring bedeutet: Eine Zahl, die man unbewusst im Hinterkopf hat, beeinflusst eine Entscheidung.
- Dies ist auch in Zusammenhang mit der Rentenversicherung relevant.
 - Bei der Einschätzung der eigenen Lebenserwartung stellt der Todeszeitpunkt der Generation der Eltern und Großeltern einen „mentalen Anker“ dar.
 - Die Lebenserwartung steigt aber um ca. 2,5 Jahre pro Jahrzehnt.
 - Wenn man annimmt, dass eine Generation 30 Jahren entspricht, so leben wir im Durchschnitt 15 Jahre länger als die Generation unserer Großeltern.
 - Wer typische Todeszeitpunkte dieser Generation als Anker hat, unterschätzt seine eigene Lebenserwartung dramatisch.
- Wird dies dem Kunden erläutert, so steigt die Akzeptanz der Garantie einer lebenslangen Rente.



Akzeptanz der sinnvollen Garantief orm „lebenslanges Einkommen“ kann erhöht werden, wenn Kunden über ihre Denkfehler aufgeklärt werden.

Agenda

Welche Garantiefornen gibt es in Altersvorsorgeverträgen?

Kann zu viel Garantie schädlich sein?

Geht Sicherheit auch ohne Garantie?

Und wie erklärt man das den Kunden?

Fazit

Fazit

Es ist – gerade in der Niedrigzinsphase – wichtig, sich auf die Garantie zu beschränken, die der jeweilige Kunde braucht.

- Dies betrifft Art und Höhe der Garantie.

Sicherheit und Garantie ist nicht dasselbe.

- Ein gewisses Maß an Sicherheit geht auch ohne Garantie.
- Zu viel Garantie (in der Dimension Eurobetrag) kann das Risiko (in der relevanteren Dimension Kaufkraft) sogar erhöhen.

Die Erkenntnisse der modernen Verhaltensökonomie können helfen ...

- ...zu verstehen, warum Kunden oft „das Falsche“ wollen,
- ...Produkte, die der Kunde braucht, so zu erläutern, dass er sie gut findet,
- ...und so die Akzeptanz von bedarfsgerechten Garantien zu erhöhen.

Institut für Finanz- und Aktuarwissenschaften

Kontaktdaten

apl. Prof. Dr. Jochen Ruß

Geschäftsführer

+49 (731) 20644-233

j.russ@ifa-ulm.de

