

Hannover, 21.07.2021

## Nachhaltige Altersvorsorge muss es für alle geben

*Ein Beitrag von Jörg Arnold, CEO Swiss Life Deutschland*

Nachhaltige Finanzanlagen soll es für alle geben, die selbstbestimmt eine ökologische und sozial gerechte Wirkung erzielen möchten. Doch wie erhält der Großteil der Bevölkerung Zugang dazu? Vier Thesen über den Beitrag der privaten Vorsorgeberatung zur Stärkung von Nachhaltigkeit.

### **These 1: Das Angebot allein schafft noch keine Nachfrage**

Bereits heute ist den Menschen Nachhaltigkeit beim Abschluss von Finanzanlagen wichtig. Fast die Hälfte der jungen Generation sagt von sich sogar, dass Nachhaltigkeit mit die wichtigste Rolle bei der eigenen Vorsorge spielt, das bestätigt eine aktuelle Marktforschung des Forschungsinstituts YouGov. Trotz dieser erfreulichen Einstellung ist Nachhaltigkeit in der Altersvorsorge alles andere als ein Selbstläufer, wie wir aus der Praxis wissen. Unabhängig vom Alter brauchen zwei Drittel der Menschen eine aktive Beratung. Es gibt langjährige Erfahrung, wonach bei Finanzprodukten die Erweiterung eines Produktangebots nicht zu mehr Nachfrage führt. Das heißt: Erst wenn Menschen von Experten über die Angebote informiert werden, entsteht Interesse. Und auf Interesse erst kann Nachfrage folgen – und dieser Prozess muss begleitet werden, zumal das Angebot für viele zu unübersichtlich ist. Menschen brauchen Beratung um sich darüber klar zu werden, wie eine finanzielle Absicherung sie bei ihrer Lebensplanung unterstützt und Gewissheit zu erhalten, dass sie keine ungewünschten Risiken eingehen. Durch eben diese Lotsenaufgabe sorgt die Beratungsdienstleistung dafür, dass Altersvorsorge nicht nur zu den individuellen Bedürfnissen der Menschen passt, sondern auch nachhaltige Entwicklungen stärkt. Damit kommt sie dem Wunsch der Menschen nach Selbstbestimmung und einer ressourcenschonenden und sozial gerechten Gesellschaft gleichermaßen nach.

### **These 2: Beratung erhöht die Angebotsqualität nachhaltiger Produkte**

Verbraucherschutz muss an erster Stelle stehen. Die Finanzberatung ist seit vielen Jahren hoch reguliert und Beraterinnen und Berater haften für die Qualität ihrer Dienstleistung. Dürfen heute nur Finanzprodukte empfohlen werden, die der individuellen Lebenssituation und dem Risikoprofil auch wirklich entsprechen, werden künftig ESG-Präferenzen eine immer höhere Relevanz erhalten. Wo Nachhaltigkeit drauf steht, muss auch Nachhaltigkeit enthalten sein. Darauf müssen sich Kunden verlassen können. Das gilt ganz besonders für ihre Geldanlagen. Den Menschen ist zunehmend wichtig, den Beitrag ihrer Finanzanlage zu kennen, wofür Vermittler sorgen. Eine ganzheitliche Finanzberatung sorgt mit ihrer Produkt- und Risikoprüfung auch dafür, dass sich die Angebotsstandards weiter erhöhen. Geldanlagen minderer ESG-Qualität werden stark an Nachfrage einbüßen, wenn sie durch Vermittler geprüft werden. Es geht also auch darum, die Spreu vom Weizen nachhaltiger Finanzprodukte zu trennen. Ein Qualitätswettbewerb ist dann die positive Folge.

### **These 3: Kleine und mittlere Einkommen erhalten durch Finanzberatung Zugang zu nachhaltigen Geldanlagen**

Nachhaltigkeit in der Altersvorsorge wird sicher nur dann erfolgreich sein, wenn sie die Mitte der Gesellschaft erreicht. Bemerkenswerte 40 Prozent der Menschen in Deutschland haben kein nennenswertes Vermögen, ihnen fällt Altersvorsorge generell schwerer, sie sind aber umso mehr auf Unterstützung angewiesen. Möchten wir, dass Nachhaltigkeit der Altersvorsorge die gesamte Gesellschaft erreicht, müssen wir auch dafür Sorge tragen, dass gerade diese Einkommensschichten mit ihrer Geldanlage einen Beitrag leisten können. Eine provisionsbasierte Finanzberatung schafft die Voraussetzung hierfür. Sie ist grundsätzlich für jedermann kostenlos und dank Solidaritätsprinzip werden auch Kunden beraten, die nur kleine Vertragsabschlüsse tätigen, womit die verdiente Provision verhältnismäßig niedrig ist. Auch die niedrigen und mittleren Einkommensgruppen erhalten dadurch Zugang zu nachhaltigen Geldanlagen. Aktuell diskutierte Alternativmodelle wie die Honorarberatung werden übrigens viel zu selten auch aus dieser Perspektive betrachtet. Das Potential für nachhaltige Finanzanlagen bleibt in diesen Modellen schließlich weit auf der Strecke, weil sich dann nur einkommensstarke Haushalte Vorsorge leisten können und wollen. Notwendige Existenzsicherung und Vorsorge bliebe in weiten Teilen aus, von Sparbeiträgen in nachhaltige Lösungen kann dann erst recht keine Rede mehr sein.

### **These 4: Mit einer diversen Finanzberatung erreicht Nachhaltigkeit alle Bevölkerungsgruppen**

Finanzen sind ein sehr persönliches Thema, das auch persönliches Vertrauen erfordert. Die persönliche Beratung ist daher der beste Weg, um Nachhaltigkeit in der eigenen Altersvorsorge zu stärken. Um aber allen Bevölkerungsgruppen Nachhaltigkeit zugänglich zu machen, muss der Vermittlermarkt vielfältiger und bunter werden. Zugegeben, hier hat die Branche noch Veränderungsbedarf, die Vermittlerschaft ist heute noch in weiten Teilen zu männlich dominiert. Bildet sie selbst einen Querschnitt der Gesellschaft ab und gelingt es ihr den Menschen mit den richtigen Ansprache-Konzepten zu begegnen, wird auch die Aufmerksamkeit und Relevanz für nachhaltige Geldanlagen in der Breite erhöht. Menschen vertrauen Experten ihre Finanzen dann an, wenn sie sich verstanden fühlen für ihre individuelle Lebenswirklichkeit. Ich bin davon überzeugt, dass durch Vielfalt in der Beratung Menschen erreicht werden, die sich heute wohlmöglich aufgrund ihres Alters, Geschlechts, Herkunft oder sexuellen Orientierung noch nicht ausreichend unterstützt fühlen. Ein Beispiel hierfür ist das Vorsorgeverhalten von Frauen und das Gender Pension Gap, über das sich Frauen viel zu selten bewusst sind. Werden Frauen auf den eigenverantwortlichen Vorsorgebedarf durch vorrangig weibliche Beraterinnen aufmerksam gemacht, werden sie aktiv und nehmen das Zepter der Vorsorge häufiger selbst in die Hand. Sie sind es dann aber auch, die ein besonders hohes Interesse an nachhaltigen Finanzanlagen entwickeln. Als Branche sind wir deshalb gut darin beraten, den Berufsstand attraktiv für alle, modern und damit vielfältig zu gestalten.

Blicken wir auf die Herausforderungen in dieser Zeit, braucht es für eine nachhaltige Altersvorsorge in Deutschland auch eine starke Finanzberatung. Sie kann und wird einen wahrnehmbaren gesellschaftlichen Beitrag leisten.

*Jörg Arnold ist seit Juli 2017 CEO bei Swiss Life Deutschland. Zudem ist der studierte Wirtschaftswissenschaftler Mitglied der Konzernleitung der Swiss Life-Gruppe. Swiss Life ist in Deutschland einer der größten Anbieter für produktgeberübergreifende, persönliche Finanzberatung und zugleich ein spezialisiertes Lebensversicherungsunternehmen.*

**Medienkontakt Swiss Life Deutschland**  
Maximilian Heiler - Tel.: +49 89 38109 1116

Swiss Life Deutschland  
Unternehmenskommunikation

E-Mail: [medien@swisslife.de](mailto:medien@swisslife.de)  
[www.twitter.com/swisslife\\_de](https://www.twitter.com/swisslife_de)  
[www.facebook.com/SwissLifeDeutschland](https://www.facebook.com/SwissLifeDeutschland)  
[www.youtube.com/c/SwissLifeDe](https://www.youtube.com/c/SwissLifeDe)

### **Über Swiss Life Deutschland**

Swiss Life Deutschland ist ein führender Anbieter von Finanz- und Vorsorgelösungen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern sowie unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir ein Qualitätsanbieter im deutschen Markt und unterstützen Menschen, ein selbstbestimmtes Leben zu führen.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privat- und Firmenkunden flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Arbeitskraftabsicherung, die betriebliche Altersversorgung und moderne Garantiekonzepte. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklern, Mehrfachagenten, Finanzdienstleistern und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in Garching bei München und beschäftigt über 900 Mitarbeitende.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und ProVentus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit der Kunden engagieren sich deutschlandweit über 5.000 Beraterinnen und Berater. Mit Swiss Compare hat Swiss Life Deutschland eine Plattform etabliert, um Vermittlern eine optimale Infrastruktur für mehr Zeit in der Kundenberatung und damit weiteres Wachstum zu geben. Hauptsitz für die Finanzberatungsunternehmen mit über 820 Mitarbeitenden ist Hannover.