

## "Bürger werden verunsichert"

### MLP-Chef Schroeder-Wildberg verteidigt die Lebensversicherung als Altersvorsorge

Von Karsten Seibel

Der Finanzdienstleister MLP wurde mit dem Verkauf von Lebensversicherungen groß. 2001 gelang dem Unternehmen zwischenzeitlich sogar der Sprung in den Dax - und damit in eine Liga mit Unternehmen wie Siemens, BASF und Daimler. 15 Jahre später steht der Kurschart der MLP-Aktie sinnbildlich für das Dilemma der privaten Altersvorsorge in Deutschland: Mit beiden geht es seit Jahren abwärts. MLP-Chef Uwe Schroeder-Wildberg, 51, über das schwierige Verhältnis der Deutschen zur privaten Vorsorge und welche Schuld daran die Finanzbranche trägt.

#### **Welt am Sonntag:**

**Herr Schroeder-Wildberg, viele Bürger wissen, dass die gesetzliche Rente nicht reicht, um das Leben im Alter zu genießen. Aber kaum jemand tut etwas dagegen. Warum gelingt es der Finanzwirtschaft nicht, die Deutschen mit passenden Vorsorgeprodukten auszustatten?**

#### **Uwe Schroeder-Wildberg:**

Ihre Frage beschreibt einen Teil des Problems. Wir diskutieren viel zu viel über Produkte und verlieren dabei den Blick auf das Grundlegende. Natürlich steht hinter jeder Altersvorsorge am Ende ein Produkt. Und natürlich ist die Auswahl des richtigen Produkts wichtig. Und ja - es gibt auch Verbesserungsbedarf bei den Produkten. Aber das Problem beginnt doch früher: Viele Bürger verschließen sich dem Thema fast vollständig - wohlwissend, dass ihr und unser aller Altersvorsorgeproblem immer größer wird.

**Weil es keine günstigen und vor allem verständlichen Vorsorgeprodukte gibt, verschließen sich so viele Menschen dem Thema.**

Das sehe ich anders. Nehmen Sie die viel kritisierte Riester-Rente. Die Grundkonstruktion ist richtig: den Bürgern staatliche Anreize für eine ergänzende Vorsorge zu geben. Fraglos sind nicht alle Riester-Angebote auf dem Markt auch gut. Und natürlich kann man bei Riester bestimmte Punkte verbessern. Aber staatlich verordnete Einheitslösungen, wie sie jetzt gefordert werden, helfen nicht - zumal immer die Gefahr besteht, dass das Kapital zum politischen Spielball wird.

**Sie sprechen von Ideen wie der Deutschland-Rente oder dem Vorsorgekonto. Standardangebote, in die jeder Deutsche investieren soll. So jedenfalls wollen es einige Politiker und Verbraucherschützer. Solche Lösungen könnten Unternehmen wie MLP weiteres Geschäft kosten.**

Wir erleben beim Thema Rente derzeit leider eine Kakophonie, durch die die Bürger nur noch mehr verunsichert werden. Ich kann keinen ausgereiften Vorschlag erkennen.

**Fehlt es nicht an einer Alternative zu der für die Branche lukrativen, aber für den Kunden immer weniger lohnenden Lebensversicherung?**

Das ist ein weitverbreiteter Irrtum: Eine private Rentenversicherung ist im Vergleich etwa zu einem Tagesgeldkonto die deutlich bessere Wahl für die Altersvorsorge. Nur sie garantiert eine lebenslange Auszahlung.

**Einen Garantiezins von gerade einmal 1,25 Prozent auf den Sparanteil können Sie doch nicht ernsthaft als gute Wahl bezeichnen.**

Aufgabe einer Versicherung ist es, sich gegen Risiken abzusichern. Dabei reden wir über das erfreulichste Risiko, das es gibt: ein langes Leben. Kaum jemand kann sich dagegen auf eigene Faust absichern - ein Versichertenkollektiv kann das. Übrigens: Gerade im aktuellen Zinsumfeld kann sich auch die Gesamtverzinsung sehen lassen.

**Interessant. Jahrelang haben Finanzvertriebe Lebensversicherungen nicht mit dem Versicherungs-Argument verkauft, sie haben ausschließlich mit der Rendite geworben.**

Für MLP gilt das so nicht. Aber große Teile der Branche müssen sich diese Kritik gefallen lassen - da bin ich bei Ihnen.

**Deshalb ist es wenig glaubwürdig, wenn Versicherungsverkäufer nun, da es kaum noch Rendite gibt, mit dem anderen Argument daherkommen.**

Unsere Kunden finden unsere Argumente durchaus überzeugend - und sie zählen zu den kritischsten. Sehen Sie: Die Welt ist heute eine komplett andere. Die Lebensversicherung hat kein Steuerprivileg mehr. Durch die Finanzkrise ist das Vertrauen vieler Bürger erschüttert. Die Zinsen sind an der Nulllinie und die Lebenserwartung steigt kontinuierlich. Da ist es eine logische Folge, wenn die Gespräche heute anders verlaufen als vor fünfzehn Jahren.

**Sie finden heute allerdings sehr viel weniger Menschen, die Ihnen zuhören.**

Unsere Umsätze sprechen eine andere Sprache und lagen 2015 um fünf Prozent höher als 2009, dem Jahr nach Ausbruch der Finanzkrise. Richtig ist: Unsere Umsätze setzen sich vollkommen anders zusammen als noch vor einigen Jahren. Wir haben beispielsweise mit Feri eine Vermögensverwaltung auf- und das Geschäft mit Sachversicherungen deutlich ausgebaut. Das war ein sehr bewusster Prozess, den wir 2005 gestartet haben. Denn uns war klar, dass die Märkte sehr viel schwieriger werden würden. Unabhängig davon waren gerade die letzten drei Monate in der Altersvorsorge durchaus erfreulich. Es bleibt noch viel zu tun - aber 2015 sollten wir bei MLP in der Altersvorsorge die Talsohle gesehen haben.

**Welche Vorsorge verkauft sich besonders gut?**

Verstärkt Produkte mit neuen, geringeren Garantien, dafür aber besseren Renditeaussichten.

**Kritiker werfen Ihnen vor, dass Sie während Ihrer Amtszeit aus einem dynamischen Finanzvertrieb einen Schnarchladen gemacht haben.**

Ein Kritiker tut das in der Tat. Es scheint hier eher darum zu gehen, heute zu versuchen, die tatsächliche Geschichte ein wenig zu verschieben. Das sehen wir gelassen. Richtig ist, dass wir uns zu einem nachhaltigen Unternehmen entwickelt haben. Finanzvertriebe der alten Zeit sind verschwunden, wurden übernommen oder Ähnliches. MLP ist dagegen ein stabiles, hochseriöses und sehr lebendiges Unternehmen. Und es ist uns gelungen, einen marktbedingten Umsatzrückgang in der Altersvorsorge von rund 150 Millionen Euro zu kompensieren.

**Dennoch liegt der Kurs der MLP-Aktie 80 Prozent tiefer als zu Ihrem Amtsantritt Anfang 2004.**

Natürlich sind wir mit dem aktuellen Kursniveau nicht zufrieden. Aber es ist doch nicht so, dass wir links und rechts überholt wurden. Alle in der Branche haben zu kämpfen - und die meisten viel stärker als MLP. Auf der Umsatzseite haben wir heute deutlich mehr Qualität als noch vor zehn Jahren. In diesem Jahr reduzieren wir nochmals die Kosten, sodass ab 2017 auch unser Ergebnis auf einem deutlich höheren Sockel sein wird.

**Viele Versicherungen lassen sich doch längst zu Hause am Computer abschließen. Wie lange braucht es überhaupt noch menschliche Makler?**

Den persönlichen Kontakt zwischen Berater und Kunden wird es in unserem Marktsegment immer geben. Die ganze Fintech-Diskussion beinhaltet mir zu viel Schwarz-Weiß-Malerei. Richtig verstanden ist die Digitalisierung eine große Chance. Und wenn man es klug aufsetzt, gewinnt das persönliche Gespräch in diesen Zeiten nochmals an Bedeutung - und zwar bei den komplexen Finanzfragen.

**Vergleichsportale im Internet beweisen, dass ein Kunde für den Kauf einer Versicherung keine persönliche Ansprache braucht.**

Da bin ich aber nur bei sehr einfachen Produkten bei Ihnen. Natürlich können auch unsere Kunden ihre Kfz- oder Auslandsreisekrankenversicherung im Netz abschließen.