

Wer weiß vom Policenverkauf?

Verbraucher wünschen sich Informationen von Anbietern

pik. FRANKFURT, 13. November. Geht es nach den deutschen Verbrauchern, sollten Finanzdienstleister ihren Kunden den Ausstieg aus ihrem Produkt so einfach wie möglich machen. In der privaten Krankenversicherung hat der Branchenverband seinen Mitgliedern Leitlinien an die Hand gegeben, wie sie Kunden über den (für den Versicherer eher ungünstigen) Tarifwechsel informieren sollen. In der Lebensversicherung wünschen sich 81 Prozent der Kunden, dass Anbieter die Verbraucher über die Möglichkeit informieren sollten, dass sie ihre Police (für den Versicherer eher ungünstig) statt zurückverkaufen an einen unabhängigen Aufkäufer veräußern können. Das ergab eine Umfrage des Policenaufkäufers Winiinger unter 1047 Personen, die nicht bevölkerungsrepräsentativ war, weil nur Inhaber einer Kapitallebens- oder Rentenversicherungspolice befragt wurden.

Immerhin die Hälfte von ihnen wusste um die Möglichkeiten, auf den Lebensversicherungs-Zweitmarkt zu gehen. Jeder Fünfte zeigte die Bereitschaft, eine Police online zu verkaufen. „Viele wünschen sich einen Hinweis der Versicherungsgesellschaften auf den Verkauf. Das war auch schon mal eine politische Forderung, die aber abgewendet wurde“, sagt Marcus Simon, Geschäftsführer von Winiinger. In der Hauptzielgruppe zwischen 40 und 60 Jahren, die das Unternehmen

für sich definiert hat, besaßen 56 Prozent der Policeninhaber einen Lebensversicherungsvertrag, immerhin 33 Prozent hatten zwei, 9 Prozent sogar drei oder mehr Policen – vor allem in Haushalten mit Kindern. Von den Befragten hatten 25 Prozent einen Vertrag bei der Allianz, auf den Plätzen zwei bis fünf folgten die Ergo, die R+V, die Debeka und die Generali. 46 Prozent der Kunden, die von der Verkaufsmöglichkeit wussten, hatten davon im Internet erfahren, 31 Prozent im Fernsehen, 30 Prozent aus Zeitungen und Zeitschriften und 19 Prozent vom Versicherungsberater.

Doch allzu attraktiv erscheint die Möglichkeit eines Verkaufs bislang vielen noch nicht: 31 Prozent der Befragten hatten schon darüber nachgedacht, ihre Police stillzulegen, 24 Prozent hatten eine Kündigung erwogen und nur 12 Prozent einen Verkauf in Betracht gezogen. In der Vergangenheit hatte rund ein Viertel schon einmal eine Lebensversicherung gekündigt. Als wichtigster Grund für einen Vertragsabbruch wurde genannt, dass man sich die Zahlung nicht mehr leisten kann (35 Prozent). Ebenfalls um die 30 Prozent der Befragten nannten sinkende Renditen, bessere alternative Geldanlagen, eine Schuldentilgung oder Arbeitslosigkeit. Winiinger hat seit der Gründung 2016 Verträge im Volumen von 145 Millionen Euro aufgekauft, um sie auf eigene Rechnung weiterzuführen.