

„Wir haben ein gutes Auskommen in der Nische“

Rainer Jacobus, der langjährige Vorstandschef der **Ideal**, über das Geschäftsmodell des letzten eigenständigen Berliner Versicherers, Garantien in der Altersvorsorge und die Frage, was er sich von der Beteiligung am Maklerpool BCA verspricht.

Die Ideal ist gefühlt ein Versicherer, der einiges anders macht als andere – und damit offensichtlich Erfolg hat. Vorstandschef Rainer Jacobus, der auch dem Aufsichtsrat des Maklerpools BCA vorsitzt, erläutert im Interview die Umbrüche, Strategiewechsel und Bilanzen in seinem im Branchenvergleich eher kleinen Unternehmen, das stark auf das Maklergeschäft baut.

Herr Jacobus, Ihr Unternehmen wurde vor mehr als 100 Jahren als Volks-Feuerbestattungsverein Groß-Berlin gegründet, seit 1962 nennt es sich Ideal. Für wen ist der letzte eigenständige Berliner Versicherer ideal?

Rainer Jacobus: Wir sind der Marktführer in der Pflegerente, nicht nur quantitativ, sondern auch konzeptionell in Pflege Themen selbst. Wir haben jetzt unser Spektrum in Richtung Pflegetagegeld erweitert und sind damit der einzige echte Vollsortimenter, der entsprechende Kombinationen ermöglicht. Außerdem setzen wir mit der Ideal Universal Life (IUL) auf die klassische Absicherung des Rentenrisikos, das aber in verbraucherfreundlicherem Gewand.

»Auf der Kapitalanlagenseite haben wir ein großartiges Resultat hingelegt.«

Rainer Jacobus, Ideal

Welches Gewand meinen Sie konkret? Ein Versicherungsmantel passt ja beileibe nicht jedermann!

IUL ist ein innovatives Versicherungskonto, das Komponenten der Alters- und Risikoversorge in einem einzigen Vertrag vereint, stets änderbar und zugleich für den Kunden transparent, einschließlich der Vertriebskosten. Der Kunde kann und soll die Police jederzeit anfassen und sie nicht abschließen, abheften und abhaken, wie das bisher bei Rentenversicherungen üblich ist. Beim bisherigen Modell erinnert ihn allenfalls einmal im Jahr eine Standmitteilung an die Police, und die ist meist auch noch intransparent. Unser „Das Versicherungskonto“ gibt dem Kunden tagesaktuell und

verbindlich Auskunft über seine Altersvorsorge – ein Quantensprung.

Wie kam es zu diesem Produkt?

Wir wollten die „Blackbox Lebensversicherung“ für den Kunden nachvollziehbar, anpassbar und vor allem erlebbar machen. Die IUL hat sich nach gut fünf Jahren als unser Kernprodukt etabliert. 2020 trug Universal Life schon knapp 45 Prozent zum Neugeschäft bei – Tendenz steigend, obwohl wir nur eine laufende Vergütung dafür zahlen.

Die Ursprünge der Ideal lagen einst in der Bestattungsvorsorge, später kam der Schwerpunkt Pflege hinzu – immer geht es um die Zielgruppe 50+. Sterben Ihnen nicht irgendwann die Kunden weg?

Warum? Die demografische Wippe neigt sich doch mit den Babyboomern, die in den 1950er- und 60er-Jahren geboren wurden, nun in Richtung Alter. Diese Zielgruppe wächst. Außerdem haben wir die Produkte auf vielfachen Wunsch, vor allem aus dem unabhängigen Vertrieb, nach unten „aufgemacht“. Mittlerweile bedienen wir auch jüngere Kunden. Wir haben ein gutes Auskommen in der Nische.

Seit 15 Jahren bietet die Ideal auch Sachversicherungen für Senioren. Ganz schmerzfrei für die Bilanzen war das nicht



»Die Pflegerente ist nicht teuer. Teuer wäre es, im Alter keine private Pflegeversicherung zu haben.«

Rainer Jacobus, Ideal

angesichts der sanierungsbedürftigen Rechtsschutzsparte. Wie ist da die Lage?

Inzwischen entspannter, aber mit Rechtsschutz schreiben wir immer noch rote Zahlen. Vor Schwankungsrückstellungen, die ja nach Solvency II Eigenkapital sind, haben wir zuletzt in Schaden/Unfall dennoch gutes Geld verdient. 2020 mussten wir in der recht kleinen Gesellschaft Projektkosten für die Einführung des neuen Pflegetagegeldes und Abschreibungen auf Kapitalanlagen hinnehmen.

Ein weiteres Standbein Ihres Hauses ist das „White Labeling“ für Wettbewerber bei Pflegerenten. Für wen hat die Ideal das Produkt schon auf den Markt gebracht und mit welchem Erfolg?

Das White Labeling ist ein Geschäftsfeld, das die Ideal schon seit Jahren nicht nur mit der Pflegerente erfolgreich betreibt. So haben fast alle unsere Partner – hier seien exemplarisch die Basler, Provinzial und Zurich genannt – eine Pflegerente aus unserem Haus in ihrem Portfolio. Sterbegeld vertreiben beispielsweise Axa und

DEVK. Mitte Mai wurde unser „Universal Life“-Konzept bei der Basler Lebensversicherung in der Ausschließlichkeit eingeführt. Letztlich geht es um die Frage „Make or buy?“. Immer häufiger wird sie mit „buy“ beantwortet.

Erfolgreiches White Labeling setzt ja Erfolg mit dem Produkt im eigenen Hause voraus. Wie ist das bei der Pflegerente, die gemeinhin als extrem teuer und damit schwer absetzbar gilt?

Die Pflegerente ist nicht teuer, sie ist anders als die Pflegetagegeldversicherung extrem beitragsicher. Teuer wäre es, im Alter keine private Pflegeversicherung zu haben oder sich diese nicht mehr leisten zu können. Die jüngsten Beitragssteigerungen bei einigen Anbietern von Pflegetagegeldern waren mit Blick auf die Kostenentwicklung zwar nachvollziehbar, fielen aber durchaus beachtlich aus. Natürlich hat der Absatz der Pflegerente wegen der mehrfachen Absenkung des Höchstrechnungszinses in den letzten Jahren etwas gelitten, aber wir sind zufrieden.

Die Pflegerente ist vom Zahlbeitrag ja dennoch sehr teuer. Daran ist wohl nichts zu ändern, oder?

Man muss sich entscheiden: Nehme ich den erst einmal niedrigen Beitrag beim Tagegeld? Oder logge ich das Pflegerisiko sofort richtig ein – zunächst teurer, aber relativ beitragsicher? Teuer ist relativ.

Die Ideal hat noch keine Geschäftszahlen für 2020 vorgelegt. Was erwarten Sie ganz grob für das abgelaufene Corona-Jahr?

Wir sind unter den gegebenen Umständen bemerkenswert gut durch das Jahr 2020 gekommen und liegen in allen wesentlichen Parametern für die Lebensversicherung über unserer Planung. So sind die Beitrags-einnahmen auf etwa 415 Millionen Euro gestiegen. 2019 standen hier erst 346 Millionen Euro zu Buche. Daran hat die IUL großen Anteil. Ein Neugeschäftszuwachs von zwei Prozent unter Corona-Bedingungen, obwohl unsere Produkte zum Teil beratungsintensiv sind, spricht für sich. Noch dazu konnten wir die höchste Eigenkapitalzuführung aller Zeiten realisieren.



Auf der Kapitalanlageseite haben wir ein großartiges Resultat hingelegt – dank der nonkonformistischen, opportunistischen Anlagepolitik mit hohem Immobilienanteil und hohen Sicherheiten in den stillen Reserven. Wir ziehen also eine positive Bilanz, die in der weiterhin höchsten Überschussbeteiligung im Markt von 3,0 Prozent für unsere Lebensversicherungskunden mündet.

Was machen Sie in der Kapitalanlage denn anders als andere, um dieses Niveau zu halten?

Wir haben eben früh angefangen, anders zu sein, auch in der Kapitalanlage, die inzwischen 3,5 Milliarden Euro umfasst. So sind wir seit 2004 verstärkt in Immobilien gegangen, seit 2012 kamen Projektfinanzierungen und Private Debt hinzu. Aus Staatsanleihen haben wir uns schon während der Finanzmarktkrise zurückgezogen.

Sie setzen weiter ausschließlich auf klassische Policen und möchten Garantien als wesentliches Alleinstellungsmerkmal der deutschen Lebensversicherung beibehalten. Wie lange lässt sich dies angesichts

»Wir bieten variable laufende Courtagen, die der Makler gern auch mit einem Honorar verbinden kann.«

Rainer Jacobus, Ideal

dauerhafter Niedrig- und Negativzinsen noch durchhalten?

Wenn wir das nicht dauerhaft durchhalten und die Finanzierbarkeit in diversen Szenarien langfristig nachweisen könnten, dürften wir das doch gar nicht mehr anbieten.

Sie sehen also keine Probleme, auch im Neugeschäft weiter Garantien zu bieten – trotz Beschluss des deutschen Gesetzgebers, den Rechnungszins auf 0,25 Prozent zu senken, und dem Plan der EU-Versicherungsaufsicht EIOPA, bei Solvency II nachzuschärfen?

Nein. Unsere Kapitalanlage ist weitgehend unabhängig von den Zinsmärkten. Zudem haben wir auf der Passivseite der Bilanz wenig Probleme, weil es im Bestand nur wenige Hochprozentler gibt und somit

kaum einen Grund für den Aufbau von Zinszusatzreserven. Auch die Duration der Kapitalanlagen passt gut zu den Leistungsverpflichtungen. Dadurch können wir uns weiter Garantien leisten.

Seit diesem Jahr bieten Sie ein Pfl egetagegeld nach Art der Krankenversicherung an. Mussten Sie dazu nicht einen Krankenversicherer gründen? Und wie verlief der Absatz bislang?

Wir machen das mit einer Spartengenehmigung der Bafin in unserem Schaden- und Unfallversicherer, der Ideal Versicherung AG. Der Start war Mitte Januar, und das Neugeschäft läuft gut an. Wir haben das erste Jahr moderat mit 1.200 Verträgen und rund 700.000 Euro Jahresbeitrag geplant, und das werden wir auch schaffen.

Wie bringen Makler, die Ihr Hauptvertriebsweg sind, die beiden Pflegeprodukte unter einen Hut? Gibt es trotz unterschiedlicher Spartenzugehörigkeit einen einheitlichen Vertriebskanal?

Zur Einordnung: Wir bekommen nur rund 45 Prozent des Neugeschäfts von Maklern und Mehrfachvermittlern. 40 Prozent stammen von anderen Erstversicherern – Stichwort „Versicherungsfabrik“ – und etwa 15 Prozent von Kreditinstituten und anderen Vertriebswegen, etwa von unserer Tochter Ahorn AG, Deutschlands größtem Bestattungsunternehmen. Wir bieten das alles in einer einzigen Angebotsstrecke mit einem einzigen Antragsprozess mit einer Risikoprüfung aus einer Hand. Man kann Pflegerente und -tagegeld auch kombinieren, also aus einem Baukastensystem für den Kunden passgenau konfigurieren.

Der Trend hin zu mehr ratierlicher Courtage und weniger Abschlusscourtage im Altersvorsorgegeschäft ist für manche Makler nicht leicht. Wie gehen Sie damit um?

Der Vermittler kann bei Universal Life zwischen null und drei Prozent des Beitrags als



Vergütung wählen und sollte dies gegenüber dem Kunden als Beratungsaufwand begründen, denn das Geld geht für den Kunden sichtbar direkt vom Konto ab. Wir bieten generell variable laufende Courtagen, die der Makler gern auch mit einem Honorar verbinden kann. Bis zu 1.000 Euro sind als „integrierte Kontoeinrichtungsgebühr“ für den Beratungsaufwand möglich.

Als Aufsichtsratschef sind Sie maßgeblich an der Strategie des Maklerpools BCA beteiligt. Wie geht es weiter bei dem Unternehmen?

Die Strategie ist vorrangig Sache des Vorstands, nicht des Aufsichtsrats, der sich operativ auch nicht einmischt. Ich bin da also der falsche Ansprechpartner.

Die BCA war früher der marktführende Investmentpool, wurde aber von anderen überholt. Mittlerweile liegen rund 90 Prozent der Anteile bei Versicherern. Soll die BCA zum Versicherungspool werden?

Die Aktionärsstruktur ist klar kommuniziert, die BCA AG gehört dem Grunde nach Versicherungsunternehmen. Wir wol-

»Wir nehmen keinen Einfluss auf die Produktauswahl der BCA.«

Rainer Jacobus, Ideal

len freien Marktzugang zu Pools, wir wollen keine Oligopole oder Monopole. Und wir wollen Kassenhäuschen und Mautschranken verhindern, die aller Erfahrung nach aufgestellt werden, wenn es zu knappen Kapazitäten kommt. Die BCA ist also auch eine Art Rückversicherung gegen mögliche Entwicklungen in diese Richtung.

Ein Pool mit Produktgebern als Anteilseigner gerät schnell in den Verdacht, vor allem als Absatzkanal für diese Unternehmen zu dienen. Auf der anderen Seite braucht es die unabhängige Produktauswahl. Wie geht die BCA mit diesem Konflikt um?

Es gibt diesen Konflikt nicht, wir nehmen keinen Einfluss auf die Produktauswahl. Das würde das Geschäftsmodell der BCA umbringen und unsere Beteiligung wertlos machen.

Die Ideal unterstützt als Sponsor den Bob Skeleton Club Sachsen Oberbärenburg. Was versprechen Sie sich als Berliner Versicherer, der ja im Flachland beheimatet ist, davon?

Wir unterstützen deutsche Bobsportler seit 2004, auch mit dem BSC Sachsen Oberbärenburg, dem größten und erfolgreichsten Verein, dem ich vorstehe. Mit den Gesamtaufwendungen für diesen Sport kommt man nicht einmal auf das Trikot eines Fußball-Drittligisten. Allerdings ist der Werbewert durch die ausführlichen Übertragungen der Wintersportwettbewerbe am Wochenende im Fernsehen wirklich bemerkenswert. Das hat unseren Bekanntheitswert deutlich gesteigert und hilft auch den Maklern.

Darf ich Sie zum Schluss bitten, einen Blick in die Zukunft zu werfen? Werden Amazon, Google, Alibaba und Co. den Maklern und auch den Versicherern in den nächsten Jahren das Geschäft abgraben, weil sie näher am Kunden sind?

Nein. Wenn sie es könnten, hätten sie das längst getan. Google hat ein eigenes Versicherungsprojekt beerdigt, weil man viel besser von den Klickprovisionen der Anbieter leben kann und dabei keine Risiken trägt. Außerdem glaube ich, dass die Makler viel näher an ihren Kunden sind – vor Ort, oft über Generationen, mit persönlichem Einsatz und häufig auch am Wochenende.

Herr Jacobus, vielen Dank für das Gespräch!

DETLEF POHL **FF**

KURZ-VITA: Rainer Jacobus

Rainer Jacobus, Jahrgang 1963, absolvierte neben seiner Arbeit im Außendienst eines Kompositversicherers ein Studium zum Versicherungsfachwirt. Später führte er die Geschäfte eines Gewerbemaklers, agierte ab 1996 für vier Jahre als Vorstand des Maklerverbundes Charta und wechselte dann zu einer Software- und Beratungsfirma. 2001 rückte er in den Vorstand der Ideal, seit 2004 ist er dessen Vorsitzender. Kürzlich gab Jacobus bekannt, im Sommer 2023 in den Ruhestand treten zu wollen.