

## Marktkommentar

### «Übernehmen wir Verantwortung für Nachhaltigkeit!»

Von: Holger Beitz, CEO PrismaLife AG

Ruggell, 28.10.2020

Hört man sich um, ob unter Konsumenten oder Spezialisten, fast alle sind der gleichen Meinung: die Versicherungsbranche hat keine gute Reputation. Das belegt auch das Ergebnis der «Trusted Brands 2020» Studie vom Magazin Reader's Digest, die Anfang des Jahres veröffentlicht wurde. Demnach haben nur 23 Prozent der deutschen Konsumenten «hohes Vertrauen» in Versicherer. Insgesamt landet die Versicherungswirtschaft von vorgegeben 19 Branchen auf dem vorletzten Platz. Ein bitteres Fazit.

#### **Kompetenz beweisen**

Doch es gibt Chancen, sich aus dieser Situation herauszuarbeiten. Die Relevanz von Nachhaltigkeit und Klimaschutz in der öffentlichen Diskussion, aber auch in der Wahrnehmung der Verbraucher steigt – und damit die Nachfrage nach sinnvollen Lösungen. Umfragen zeigen, dass die Menschen gerade auch von den Unternehmen Unterstützung und verantwortliches Handeln erwarten. Dabei geht es um nachvollziehbare und vor allem effektive Beiträge zur Nachhaltigkeit. Insbesondere mit dem «Hebel» Kapitalanlage kann die Versicherungswirtschaft viel dazu beitragen, mit marktwirtschaftlichen Konzepten ESG-Ziele zu erreichen.

#### **Schneller sein als die EU**

Die EU reagiert zur Umsetzung ihrer Klimaziele unter anderem mit dem Projekt zur Taxonomie von Investmentanlagen. Dafür will die Europäische Union mit einheitlichen Standards ein Klassifizierungssystem für ökologisch nachhaltiges Handeln entwickeln.

#### **Eigene Standards setzen und etablierte Tools nutzen**

Tatsächlich aber gibt es bereits heute viele Möglichkeiten, effektiv zu handeln und die Kunden bei «grünen» Anlageentscheidungen zu unterstützen. Als PrismaLife warten wir nicht auf Standardisierungen – wir definieren unseren eigenen Anspruch und kombinieren ihn mit Tools, die sich bereits erfolgreich auf dem Markt etabliert haben. So arbeitet die PrismaLife ab 2020 klimaneutral und in der Kapitalanlage erreichen wir einen überdurchschnittlichen ESG-Score von 76,2 Prozent. Dazu mussten wir uns aus unserer Komfortzone herausbewegen, Strategien anpassen, Angebote umstellen, neue digitale Schnittstellen schaffen und manchmal unbequeme Wege einschlagen, um am Ende neue und gute Resultate für uns und unsere Kunden zu erzielen.

Als wichtigen weiteren Schritt haben wir nun das Morningstar-Quickrank in unsere Technik implementiert, mit dem Vermittler und Kunden unsere Fondspalette nach

Nachhaltigkeitskriterien bewerten und auswählen können. Selbstredend sind solche Neuerungen mit Aufwand verbunden. Doch das war es wert und wir wünschen uns, dass möglichst viele unserer Kunden verstärkt in nachhaltige Anlagen investieren.

### **Lichtblick am Ende des Tunnels**

Solches Engagement zahlt sich aus. Die Bemühungen der Branche im Bereich Service an der Kundenschnittstelle zeigen Wirkung. Moderne Angebote und der Ausbau der digitalen Kanäle schafft zufriedeneren Kunden. Das ergibt die Studie «Kubus Privatkunden 2020» von MSR. Die Weiterempfehlungsquote steigt, insbesondere bei den besserverdienenden und kommunikativen Konsumenten unter 40 Jahren.

Diese Erfolge sollten uns als Branche bestärken. Mit Eigeninitiative und Pragmatismus stärken wir unser Geschäftsmodell und tragen zur Zukunftsfähigkeit der gesamten Branche bei. Übernehmen wir Verantwortung!

Bildmaterial unter: [www.prismalife.com/de/presse/](http://www.prismalife.com/de/presse/)

Copyright: PrismaLife AG

### **Über PrismaLife**

Die PrismaLife AG ist die führende liechtensteinische Lebensversicherung mit Sitz in Ruggell. Als Spezialist für Nettopolicen setzt das Unternehmen auf eine klare Trennung von Produkt und Vergütung. Die Gesellschaft verwaltet Kundengelder in Höhe von rund 1.3 Milliarden Euro. Die Kapitalanlagen im Deckungsstock sind nachhaltig ausgerichtet. Auch für die Kunden bietet PrismaLife zahlreiche Fondslösungen mit nachhaltiger Ausrichtung an. Weitere Informationen unter: [www.prismalife.com](http://www.prismalife.com)

### **Pressekontakt**

Dr. Hubert Becker

Instinctif Partners

Telefon +49 221 42075-24

[hubert.becker@instinctif.com](mailto:hubert.becker@instinctif.com)