

„Nicht einfach klicken!“

Warum Beratung zur Altersvorsorge unverzichtbar bleibt

Whitepaper der ThinkTank VorsorgeVertrieb, einer branchenübergreifenden Initiative aus Versicherung, Investment, Vertrieb und Maklerpool, September 2026

1. Ein System im Umbruch

Die private Altersvorsorge in Deutschland steht an einem Wendepunkt. Mit dem Ende der Riester-Rente in ihrer bisherigen Form und der Einführung des neuen Altersvorsorgedepots schafft der Gesetzgeber einen Rahmen, der mehr Flexibilität, aber auch mehr Eigenverantwortung verlangt. Gleichzeitig verändern wachsender digitaler Wettbewerb und automatisierte Anlagetools die Erwartungshaltung der Verbraucher grundlegend. Wer heute über seine finanzielle Zukunft nachdenkt, steht vor einer Fülle von Produkten, Plattformen und Förderoptionen, die ohne fachkundige Einordnung kaum zu überblicken sind.

Dieses Whitepaper ist eine gemeinsame Initiative von Versicherern, Investmentgesellschaften, Vermittlern und einem Maklerpool. Es formuliert eine gemeinsame Haltung: Die Lösung der Altersvorsorgefrage liegt nicht in einfachen Klick-Lösungen, sondern in individueller, ganzheitlicher und qualifizierter Beratung und einer intelligenten Kombination aus Versicherungs- und Investment-Bausteinen. Die Teilnehmer der Initiative legen diese Perspektive offen und sind überzeugt, dass es im Interesse der Verbraucher ist, wenn Beratung nachvollziehbar, kompetent und verantwortbar erbracht wird.

2. Das neue Marktumfeld: Vielfalt, Druck und Polarisierung

2.1 Zwei Welten entstehen

Der Markt für Altersvorsorge spaltet sich zunehmend in zwei klar unterscheidbare Segmente: Auf der einen Seite stehen selbstentscheidende Kunden, die über Neobroker, ETF-Sparpläne und digitale Plattformen eigenständig investieren. Auf der anderen Seite steht eine wachsende Gruppe von Menschen, die für ihre langfristige Vorsorge eine individuelle, strukturierte Begleitung benötigen und bereit sind, dafür zu bezahlen.

Diese Polarisierung ist kein Problem, sie ist eine Realität, auf die die Branche strategisch reagieren muss. Neobroker und Direktanbieter haben starke Marketingbudgets, hohe digitale Reichweiten und den Vorteil der Erstzugänglichkeit. Sie erreichen Kunden früh, mitunter bevor deren Vorsorgekompetenz ausreichend ausgeprägt ist.

Selbstentscheider sind dabei kein Gegenmodell. Auch sie brauchen Orientierung. Standardisierte, kostengünstige Lösungen wie ETF-Sparpläne können für bestimmte Kundensegmente, mit hoher finanzieller Kompetenz und stabilen Rahmenbedingungen eine geeignete Option darstellen. Risiken können aber entstehen, wenn Produktentscheidungen ohne ausreichende Analyse individueller Bedarfe getroffen werden: Absicherungsdefizite bleiben unentdeckt, steuerliche Interdependenzen werden nicht berücksichtigt, und Veränderungen in der Erwerbsbiografie oder Familienphase führen zu Fehlsteuerungen der Vorsorgestrategie.

Der Markt spaltet sich in Selbstentscheider und Beratungskunden. In beiden Welten bleiben informierte Entscheidungen wichtig, um auch langfristig tragfähig zu sein.

2.2 Regulierung schafft Chancen und Risiken zugleich

Das neue Altersvorsorgedepot als Nachfolgemodell der Riester-Rente setzt politische und regulatorische Impulse. Es vereinfacht Strukturen und senkt Einstiegshürden. Gleichzeitig verschärft der anhaltende Kostendruck auf Produkte und Vergütungen die wirtschaftliche Grundlage für qualifizierte Beratung. Günstige Standardprodukte setzen neue Benchmarks. Die Gefahr ist real: Wenn Beratung nicht mehr finanzierbar erscheint, könnte langfristig die Qualität der Versorgung leiden.

Im Gegenzug steigt die Komplexität für den einzelnen Verbraucher. Neue Förderstrukturen, steuerliche Wechselwirkungen und die Frage, ob ein gefördertes, ein rein privates Produkt oder eine Kombination beider Produkte im individuellen Fall die bessere Lösung darstellt, lassen sich nicht ohne Weiteres durch einen Algorithmus beantworten. Sie erfordern menschliches Urteilsvermögen, Erfahrung und Verantwortung.

Kostenregulierung kann indirekte Auswirkungen auf die Kapazitäten und Qualität von Beratung haben und damit langfristig die Versorgungssicherheit beeinträchtigen.

2.3 Das Altersvorsorgedepot ist eine Chance, aber kein Selbstläufer.

Ab dem 1. Januar 2027 tritt mit dem Altersvorsorgedepot eine neue Förderkategorie in Kraft. Kapitalmarktorientiert, flexibler als Riester, ohne Garantiepflicht im Standardmodell. Investmentfonds und ETFs werden direkt förderfähig. Der Anbieterkreis erweitert sich. Die Auszahlung wird flexibler.

Das ist ein echter Fortschritt. Aber es ist kein einfacheres Riester – es ist eine neue Produktkategorie mit neuen Chancen und neuen Risiken. Trotzdem ist denkbar, dass einige Anbieter mit aggressiven Kampagnen auf das AV-Depot setzen: als vermeintlich einfache, günstige und selbsterklärende Lösung. Die Antwort der Branche muss überzeugender sein.

Das AV-Depot ist nicht das Ende der Beratungsnotwendigkeit. Es ist ihr Beweis. Dabei steht die Branche unter Zeitdruck: 2026 ist das Jahr der Vorbereitung. Wer im vierten Quartal dieses Jahres nicht sprachfähig ist, verliert den Erstkontakt an Direktanbieter.

Besonders relevant: Gesellschaften mit hoher Riester-Aktivität haben ein unmittelbares strategisches Interesse, ihre Kundinnen und Kunden aktiv in die neue Förderwelt zu begleiten. Das AV-Depot ist für sie kein abstraktes Regulierungsthema, sondern ein konkreter Beratungsauftrag.

Die Reform löst das Beratungsproblem nicht. Sie vergrößert den Bedarf. Wer das AV-Depot nicht erklären, einordnen und individuell anwenden kann, überlässt das Feld Direktanbietern mit hohen Marketingbudgets.

3. Beratung ist keine Option, sie ist eine Notwendigkeit

3.1 Lebenswirklichkeit ist komplex - Klicklösungen werden dem nicht gerecht

Altersvorsorge ist kein einmaliges Ereignis. Sie begleitet Menschen durch Jahrzehnte: vom Berufseinstieg über Familiengründung, Einkommensveränderungen, Scheidung, Erbschaft, Krankheit, Wiedereinstieg bis zur Rente. Jede dieser Lebensphasen stellt andere Anforderungen. In der Ansparphase stehen Wachstum, Flexibilität und steuerliche Effizienz im Vordergrund. In der Entnahmephase rücken Planbarkeit, Sicherheit und Langlebkeitsrisiken in den Fokus.

Ein standardisiertes Digitalprodukt kann diese Komplexität nicht ohne Weiteres abbilden. Investitionen müssen regelmäßig überprüft, angepasst und in einen größeren Kontext eingebettet werden. Genau das leistet professionelle Beratung.

Beratung wird zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal, nicht trotz, sondern wegen wachsender Produktvielfalt und Regulierungskomplexität.

3.2. Vermittler müssen ihre Rolle finden und sich klar positionieren

Mit dem neu eingeführten Altersvorsorgedepot reduziert sich die Komplexität einer gut geplanten Altersvorsorge nicht. Und dieser Eindruck wäre auch fatal. Deshalb tut es bereits jetzt Not, in die Aufklärung einzusteigen.

Es gilt schon jetzt, die Sprachfähigkeit der Vermittler zu gewährleisten. Bereits im Jahr 2026 werden wichtige Weichen gestellt, ob und wie sich die Menschen neu mit ihrer Vorsorge beschäftigen. Mit dem Start der neuen Förderregeln besteht die Chance, das Thema Altersvorsorge in einem großen Kontext aufzugreifen und in eine ganzheitliche Beratung zu integrieren.

Was wichtig bleibt: Beratung muss auf der persönlichen Ist-Situation aufsetzen und ganzheitlich berücksichtigen, welches Budget für Vorsorge generell und davon für ein AV-Depot zur Verfügung steht.

Frühzeitige Sprachfähigkeit und eine integrierte Vorsorgeberatung, in der das AV-Depot ein Anker ist, machen aus der Neuregelung eine echte Chance für mehr private Vorsorge.

3.3 Beratung hat ihren Preis. Das müssen wir sagen dürfen

Ein weit verbreiteter Glaubenssatz prägt die öffentliche Wahrnehmung: Gute Beratung sei (fast) kostenlos. Tatsächlich war sie es nie. Ob über Provisionen, Managementgebühren oder Honorare, qualifizierte Finanzberatung wurde stets vergütet. Sie sind seit Jahren in den Kostenausweisen sichtbar, doch es braucht mehr Engagement der Branche, ihren Wert klar, nachvollziehbar und transparent zu kommunizieren.

Gute Beratung ist eine hochwertige Dienstleistung mit Verantwortung, Haftung und wachsender regulatorischer Komplexität. Schweigen über Kosten schadet der Branche und dem Kunden. Wer den Wert von Beratung nicht aktiv kommuniziert, überlässt die Definitionshoheit denen, die Beratung als überflüssig darstellen wollen. Es kann nicht das Ziel einer Reform der Altersvorsorge sein, dass Kunden mit Vermögen hochwertige Beratung erhalten, während viele andere auf vermeintlich einfache Standardlösungen ohne individuelle Einordnung angewiesen sind.

Die Branche muss diesen Diskurs offensiv führen: Beratung ist eine Leistung. Sie schützt vor Fehlentscheidungen, optimiert Fördermittel, navigiert steuerliche Fallstricke und stellt sicher, dass Versorgungslücken nicht erst im Rentenalter sichtbar werden. Der gesellschaftliche Schaden schlecht informierter Altersvorsorge ist um ein Vielfaches höher als die Kosten guter Beratung. Und wer als Kunde sieht, dass die eigene finanzielle Situation ganzheitlich in den Blick genommen wird, statt nur ein Produkt zu verkaufen, erkennt auch den Wert der Beratung.

Beratung ist gerade im komplexen Feld der Altersvorsorge entscheidend. Transparenz macht auch ihren Wert erfahrbar.

4. Die richtige Antwort: Versicherung und Investment als System

4.1 Kein einzelnes Produkt kann alle Anforderungen erfüllen

Die Altersvorsorge der Zukunft lässt sich nicht auf ein einziges Produkt reduzieren. Versicherungslösungen bieten Sicherheit, Planbarkeit und Schutz vor biometrischen Risiken wie Langlebigkeit, Erwerbsminderung oder Tod. Investmentlösungen bieten Renditepotenzial, Flexibilität und Transparenz. Beide Welten haben ihre Stärken, und beide haben ihre Grenzen.

Besonders jüngere Kunden denken verstärkt in Investmentlogiken. Zugleich unterschätzen viele die Bedeutung von Absicherungselementen für das Gesamtportfolio. Professionelle Beratung hat die Aufgabe, beide Perspektiven zu integrieren und im Sinne des Kunden zu gewichten, abhängig von Lebensphase, Risikobereitschaft, Liquiditätsbedarf und familiärer Situation.

Die Zukunft liegt nicht in einem Produkt, sondern im modularen System. Versicherung und Investment gemeinsam zu betrachten ist ein Hygienefaktor wettbewerbsfähiger Beratung.

4.2 Förderung, Steuer und Ertrag: Drei Dimensionen der Entscheidung

Mit dem Altersvorsorgedepot wird die staatlich geförderte private Altersvorsorge ab dem 01. Januar 2027 neu aufgestellt. Die Riester-Rente wird damit für Neuabschlüsse durch neue, flexiblere und kapitalmarktorientierte Produktvarianten abgelöst. Zugleich gilt Bestandsschutz: Bestehende Riester-Verträge können weitergeführt werden; ein Wechsel in die neue Produktwelt ist freiwillig.

Mit der Umstellung stehen neue, staatlich geförderte Instrumente zur Verfügung. Doch staatliche Förderung ist kein automatischer Vorteil. In bestimmten Konstellationen, abhängig von Einkommenshöhe, erwarteten Grenzsteuersätzen in der Rentenphase und individuellen Anlagezielen, kann auch ein rein privat finanziertes Produkt ohne Förderung langfristig vorteilhafter sein. Auch die Frage, ob der Umstieg von Riester in ein AVDepot sinnvoll ist, kann nur individuell entschieden werden.

Die Entscheidung, „gefördert oder ungefördert, Versicherung oder Depot oder beides“, setzt eine mehrdimensionale Analyse voraus: Welche Förderung ist realistisch abrufbar? Wie wirkt die nachgelagerte Besteuerung? Welcher Ertrag ist unter welchen Annahmen zu erwarten? Wie flexibel ist der Vertrag anpassbar? Gerade hier zeigt sich, dass standardisierte Lösungen nur begrenzt tragen: Keine standardisierte Anwendung kann diese Abwägung für einen konkreten Menschen mit individueller Biografie zuverlässig treffen. Die Komplexität lässt sich nicht verlässlich durch Standardlogiken abbilden. Qualifizierte Beratung bleibt daher vielfach unverzichtbar.

5. Kooperation als Voraussetzung für Qualität

Die Komplexität der Aufgabe übersteigt den Lösungsraum einzelner Marktakteure. Versicherer können von der Digitalisierungskompetenz der Investmentwelt lernen. Investmentanbieter können von der Erfahrung der Versicherungswirtschaft im Umgang mit Langlebkeitsrisiken und der Rentenphase profitieren. Vermittler und Maklerpools als ihre Dienstleister stehen an der Schnittstelle zum Kunden und tragen die Beratungsverantwortung.

Die Initiative, aus der dieses Whitepaper hervorgegangen ist, versteht sich als Impuls für genau diese Zusammenarbeit. Gemeinsame Standards, geteilte Kommunikationsstrategien und kooperative Produktentwicklung entlang der gesamten Wertschöpfungskette sind keine Idealvorstellung, sie sind die logische Antwort auf die strukturellen Herausforderungen des Marktes.

Zukunft erfordert Kooperation entlang der Wertschöpfungskette, zwischen Versicherung, Investment, Vertrieb und Dienstleistung.

6. Fazit: Beratung als gesellschaftliche Aufgabe

Altersvorsorge ist eine der wichtigsten finanziellen Entscheidungen im Leben eines Menschen. Sie betrifft Jahrzehnte, berührt Familie und Beruf, hängt von gesetzlichen Rahmenbedingungen ab, die sich verändern, und sie fordert Entscheidungen, deren Konsequenzen erst im Alter spürbar werden. In diesem Umfeld ist professionelle Beratung und langfristige Begleitung keine Option, sondern eine gesellschaftliche Notwendigkeit.

Die Antwort auf den digitalen Wettbewerb liegt nicht in der Vereinfachung, sondern in der Qualität. Nicht im kostengünstigsten Produkt, sondern in der besten Lösung für den einzelnen Menschen. Und nicht im Schweigen über Kosten, sondern im offensiven Bekenntnis: Gute Beratung hat ihren Preis, und sie ist es wert.

Dieses Whitepaper ist eine Einladung an alle Marktakteure: Stärken wir gemeinsam die Kultur der Beratung. Kommunizieren wir ihren Wert. Und gestalten wir die Zukunft der Altersvorsorge nicht nur als Klickprodukt, sondern als gelebte Partnerschaft zwischen Berater und Kunde, über die gesamte Lebenszeit.

Dieses Whitepaper wurde im Rahmen einer gemeinsamen Initiative erarbeitet und gibt die kollektive Einschätzung der beteiligten Unternehmen wieder. Es erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und ersetzt keine individuelle rechtliche oder steuerliche Beratung.



GEMEINSAM
MEHR
ERREICHEN



die Bayerische



Fidelity
INTERNATIONAL



FRANKLIN
TEMPLETON



MANDO
FINANZ



Kontakt:

ThinkTank VorsorgeVertrieb c/o BCA AG

Marc Oehme , Leitung Unternehmenskommunikation

E-Mail: marc.oehme@bca.de

Telefon: +49 (0) 6171 9150-157