

## Transparenz: Lebensversicherer in der Pflicht

**Auf dem Weg zu einem transparenten Versicherungsmarkt sieht die myLife Lebensversicherung AG nicht Politik und Verbraucherschutz, sondern die Produkthanbieter selbst in der Pflicht. Mit diesem Aufruf zu mehr Engagement reagiert der Versicherer auf die Studie „Lebensversicherung 2.0“ von RGA, Deloitte und dem Leipziger Institut für Versicherungswissenschaften.**

**Auf dem Weg zu einem transparenten Versicherungsmarkt sieht die myLife Lebensversicherung AG nicht Politik und Verbraucherschutz, sondern die Produkthanbieter selbst in der Pflicht. Mit diesem Aufruf zu mehr Engagement reagiert der Versicherer auf die Studie „Lebensversicherung 2.0“ von RGA, Deloitte und dem Leipziger Institut für Versicherungswissenschaften.**

„Transparenz in der Lebensversicherung fängt nicht bei Gesetzgebung oder Verbraucherschutz an, sondern bei uns selbst“, erklärt myLife-Vorstand Michael Dreibrodt: „Wir haben es in der Hand, unsere Tarife so einfach wie möglich zu strukturieren und den Verbrauchern damit eine bessere Beurteilung der Produkte zu ermöglichen.“ Die klare Ausrichtung auf Netto-Tarife ist für myLife dabei nur ein Baustein für mehr Verbraucherfreundlichkeit.

Für den Kunden muss Transparenz wahrnehmbar sein. Daher weist myLife bei allen Rententartifen eine Gesamtkostenquote aus. Daneben haben sich jährliche Kontoauszüge, beginnend ab dem dritten Beitragsmonat, und der Verzicht auf Stornogebühren bewährt. Der Kunde sieht so von Beginn an, was er von seinem Vertrag hat – und was ihm bleibt, falls er vorzeitig aussteigen muss.

Die Netto-Tarife selbst leisten für myLife einen ganz eigenen Beitrag zur Transparenz: Da der Makler für deren Vermittlung keine Provision, sondern ein Honorar erhält, sind Produkt- und Beratungskosten strikt voneinander getrennt. Zugleich enthalten Netto-Tarife keinerlei vertriebliche Abschlusskosten und Provisionen, so dass von Anfang an ein größerer Beitragsanteil in das Vertragsguthaben fließt: „Der Kunde sammelt relativ schnell hohe Rückkaufswerte an. Dank der Kontoauszüge sieht er dies jährlich schwarz auf weiß“, so Dreibrodt abschließend.

Für die vergangene Woche veröffentlichte Studie „Lebensversicherung 2.0“ befragten der Rückversicherer RGA, die Unternehmensberatung B&W Deloitte und das Institut für Versicherungs-Wissenschaften Leipzig 23 Lebensversicherer zur eigenen Branche. Über 80 Prozent der befragten Unternehmen stellten einen erhöhten Transparenzbedarf fest. Als Transparenz-Treiber sahen sie mit großer Mehrheit Verbraucherschutz sowie neue gesetzliche Regelungen an.

### Pressekontakt:

myLife  
Lebensversicherung AG  
Abteilung Marketing und Öffentlichkeitsarbeit  
Herzberger Landstraße 25  
37085 Göttingen

Tel.: 0551 / 9976 - 736

E-Mail: [presse@mylife-leben.de](mailto:presse@mylife-leben.de)

Webseite: [www.mylife-leben.de/presse](http://www.mylife-leben.de/presse)

### **Über myLife Lebensversicherung AG**

Die myLife Lebensversicherung AG ist als innovativer Produktgeber für Banken, unabhängige Makler, Honorarberater und Kooperationspartner erfolgreich tätig. Sie hat eine Solvabilität von 292 Prozent (Stand: 31.12.2011) und übertrifft damit die gesetzlichen Anforderungen deutlich. In den Bewertungen internationaler Rating-Agenturen schneidet der Versicherer mit Sitz in Göttingen bezüglich der Finanzstärke ausgezeichnet ab. Ihren Kunden gewährt die myLife Lebensversicherung AG in 2012 eine laufende Gesamtverzinsung von 4,25 Prozent und damit eine der höchsten Überschussbeteiligungen aller deutschen Versicherer.

my life