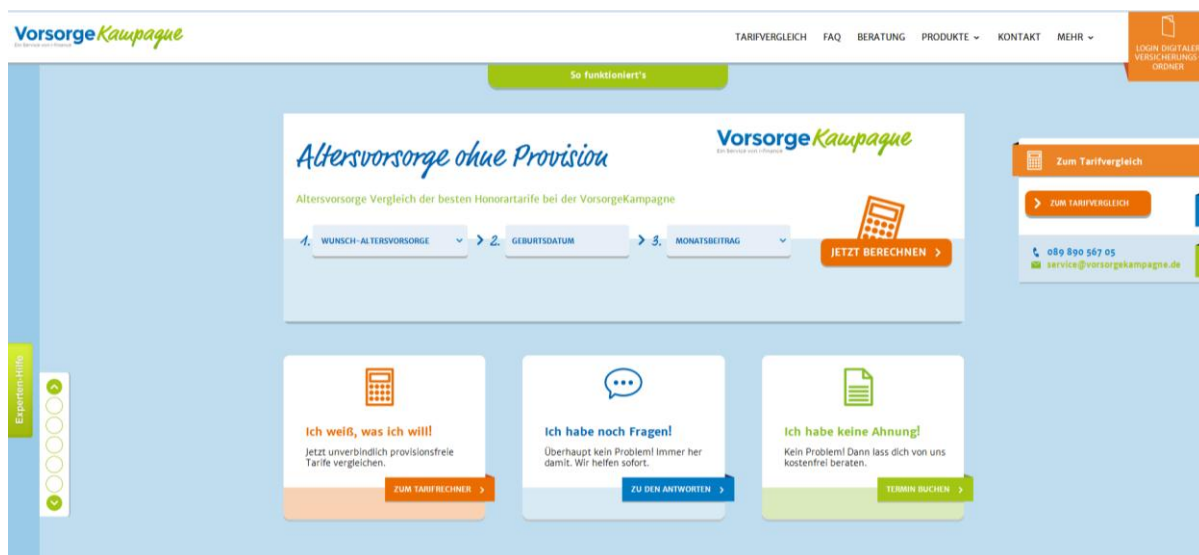


VorsorgeKampagne

Ein Service von i-finance

... wenn Vorsorge fair sein soll.



Altersvorsorge ist wichtig. Aber oftmals ist der Abschluss viel teurer, als der Kunde denkt. Denn es fallen hohe Provisionen und teure Verwaltungsgebühren an, die dem Kunden selten explizit mitgeteilt werden. Wie viel Geld ihm dabei verloren geht, erkennt der Sparer meist sehr spät, oft auch zu spät. Aber Altersvorsorge geht auch ohne böse Überraschungen.

Wir machen Altersvorsorge günstiger und ertragreicher!

VorsorgeKampagne ist Deutschlands erstes Vergleichsportal für provisionsfreie Altersvorsorge. Transparent, sicher und flexibel können Verbraucher ihre Altersvorsorge direkt online abschließen.

VorsorgeKampagne ist eine Marke der i-finance GmbH, ein junges, unabhängiges Fin-Tech Unternehmen aus München. Das Unternehmen konnte seinen Kunden bereits über 1 Mio. Euro an Provisionen und Verwaltungskosten für Vorsorgeprodukte einsparen. Ende des Jahres 2015 sollen es 10 Mio. Euro sein.

Bisher durch VorsorgeKampagne gespart:

1.113.713 €

DIE GESCHICHTE

Transformation der Versicherungsvermittlung und – Beratung im Onlinebereich

Die Gründungsgeschichte der heutigen VorsorgeKampagne beginnt 2011, als die drei Gründer Alexander Herbert, André Pollklesener und David Zahn sich im Finanzdienstleistungssektor begegnen. Sie sind sich alle einig, dass ihr gemeinsamer Arbeitgeber zu wenig auf die Digitalisierung und die Transformation der Versicherungsvermittlung und –beratung im Onlinebereich eingeht. Um Inhalte einfacher aufzubereiten und die Möglichkeiten des Internets besser ausschöpfen zu können, machen sich die drei selbstständig und gründen im August 2011 die i-finance Maklergesellschaft mbH & Co. KG. Das junge Startup hat alle erforderlichen Zertifizierungen, Anbindungen, Zulassungen und die Infrastruktur, um die Arbeit als Versicherungsmakler mit Schwerpunkt auf die Onlineberatung durchzuführen.

Herkömmliche Produkte verursachen Kundenschaden, statt Kundennutzen zu bieten

Zuerst arbeiten die jungen Berater wie herkömmliche Versicherungsvermittler, stellen dabei aber sehr schnell fest, dass die gängigen, normalen Produkte im Altersvorsorgebereich mehr Kundenschaden verursachen, als dass sie Kundennutzen bieten. Aus Erfahrung wissen sie, dass viele Kunden nach 10 Jahren Vertragslaufzeit aufgrund der hohen Provisionen und Verwaltungskosten immer noch ihren Einzahlungen hinterher laufen. Den Kunden werden die Kosten nicht transparent dargestellt. Hochrechnungen sind beschönigt. Solche Produkte zu vermitteln, können die jungen Gründer mit ihrer Moral nicht mehr vereinbaren. Sie sind davon überzeugt, dass eine Dienstleistung fair sein muss und den maximalen Nutzen erzeugen soll.

Vertrauen funktioniert nur bei Transparenz

Beim Vergleich der unterschiedlichen Produkte im Markt stoßen Sie auf Nettotarife, auch Honorartarife genannt. Das Unternehmen tritt dem Verbund Deutscher Honorarberater (VDH) bei und stellt seine Produktpalette um. Sie bieten vermögensbildende Produkte nur noch provisionsfrei auf Honorarbasis an. Dadurch werden dem Kunden zu Beginn keine hohen Kosten entnommen und mehr Geld fließt in den Spartopf, der ab dem ersten Euro vom Zinseszins profitiert. Während viele Berater mehrere Tausend Euro Provision kassieren und ihre Kunden nicht ausreichend über die Kostenproblematik aufklären, entsteht durch die Offenlegung der Kosten eine neue Vertrauensbasis gegenüber dem Kunden. Denn Vertrauen funktioniert nur bei Transparenz.

Da es im Interesse von vielen Vermittlern ist, den Verbraucher nicht über die Kostenproblematik aufzuklären, wird von i-finance ein Erklärvideo veröffentlicht.

Dem Verbraucher ermöglichen, exklusive Netto-/Honorartarife ganz einfach online zu beantragen

Diese Transparenz und das Wissen um provisionsfreie Produkte wird durch die eigens erstellte Onlineplattform VorsorgeKampagne Ende 2012 einem breiten Publikum zugänglich gemacht. Dem Verbraucher wird ermöglicht, die exklusiven Netto- und Honorartarife ganz einfach online zu beantragen. Denn bisher waren diese nur über Honorar- bzw. Versicherungsberater vor Ort zu beziehen, von denen es derzeit nur ca. 1200 in Deutschland gibt.

Die VorsorgeKampagne setzt damit als erster deutscher Anbieter ein Online-Modell um, welches in Großbritannien zum 01.01.2013 bereits eingeführt wurde. Provisionen werden vom Gesetzgeber für die Vermögensbildung verboten, um den Verbraucher zu schützen.

Das Angebot wird gut aufgenommen. Vor allem vorinformierte Internetnutzer, die sich im Finanzbereich mit der Vergütungsproblematik auskennen, können als Kunden gewonnen werden. Der Abschluss eines Vertrages wird online nach telefonischer Beratung in Auftrag gegeben.

Im August 2013, kurz vor dem Relaunch der neuen Webseite im September, verlässt André Pollklesener das Unternehmen auf eigenen Wunsch. Mit Start der neuen Webseite steigt die Produktauswahl, die noch besser auf Kunden zugeschnitten werden können und die Besucherzahlen gehen nach oben.

Komplexe Finanzthemen für die Verbraucher einfach und transparent gestalten

Das Unternehmen hat sich zur Aufgabe gemacht, komplexe Finanzthemen für die Verbraucher einfach und transparent zu gestalten. Anfang 2014 kommt für die Kunden der VorsorgeKampagne daher ein Service hinzu: der digitale Versicherungsordner. Die Verträge der Kunden werden online und damit jederzeit einsehbar hinterlegt. Die Verwaltung von laufenden Verträgen wird vereinfacht. Der Kunde sieht alle laufenden Kosten transparent und auf einen Blick.

Im Laufe des Jahres wird die Schallmauer einer Kundenersparnis von 1 Mio. € gebrochen. Damit die Firma schneller wachsen kann, wird Ende 2014 ein Business Angel akquiriert und die Firma in i-finance GmbH umfirmiert.

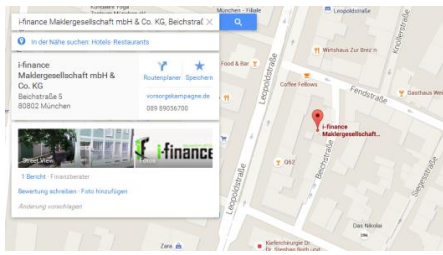
Mitte 2015 folgt der Webseitenrelaunch mit einem neuen, dynamischen Vergleichsrechner, der deutschen Verbrauchern einen schnellen, einfachen und individualisierten Online-Zugang zu Nettotarifen ermöglicht. Hierfür erhielt die VorsorgeKampagne eine Innovationsförderung durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie.

DAS PROBLEM

Hohe Provisionen und teure Verwaltungskosten

DIE LÖSUNG

Der schnellste und einfachste Zugang zu provisionsfreier Altersvorsorge



2011 | 08

Gründung i-finance Maklergesellschaft GmbH & Co. KG

Eintritt in den Verbund Deutscher Honorarberater (VDH)
Vermögensbildende Produkte werden nur noch
provisionsfrei auf Honorarbasis angeboten



VorsorgeKampagne 2012 | 11
Ein Service von i-finance

2012 | 09

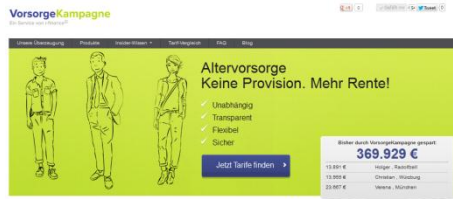
Gründung der Marke VorsorgeKampagne und
Veröffentlichung des Erklärvideos zur Problematik
von Provisionen in Altersvorsorgeprodukten

Webseitenstart unter www.VorsorgeKampagne.de

2013 | 05

Die VorsorgeKampagne ist jetzt auch auf Facebook

Mitgründer André Polklesener verlässt das
Unternehmen auf eigenen Wunsch



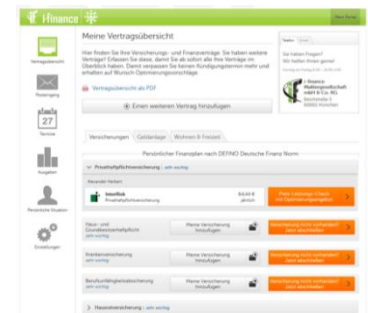
2013 | 09

Webseitenrelaunch unter www.VorsorgeKampagne.de
Die VorsorgeKampagne konnte ihren Kunden bereits über
300.000 € sparen



2014 | 01

Einführung des digitalen
Versicherungsordners



Innovationsförderung durch das Bayerische
Staatsministerium für Wirtschaft und Medien,
Energie und Technologie



2014 | 12

Umfirmierung in i-finance GmbH



2015 | 07

Webseitenrelaunch mit individualisierbarem und
dynamischem Tarifvergleich
VorsorgeKampagne konnte Kunden über 1 Mio. € sparen

2015 | 08

Start der „Kostenklatsche“ Kampagne
in den sozialen Netzwerken und im Fernsehen



DIE GRÜNDER



Die Versicherungsbranche ist zu Recht regelmäßig in der Kritik von Verbraucherschützern

Alexander Herbert wechselte nach Abschluss seines Wirtschaftsingenieurs-Studiums in die Finanzdienstleistungsbranche. Er findet, die Branche ist zu Recht regelmäßig in der Kritik von Verbraucherschützern. Es wird nie ausreichend über die Kosten bei der Altersvorsorge gesprochen. Als Prozentzahlen werden sie im Kleingedruckten der seitenlangen Verträge gut versteckt, anstatt dass man Kunden aufrichtig darüber aufklärt. Alexander Herbert ist der festen Überzeugung, dass aufrichtiger Verbraucherschutz nur mit Transparenz und ohne Provisionen funktioniert. Diese fehlt in der Versicherungsbranche leider noch. Selbst für die erfahrensten Mathematiker ist es schwer, die schön gerechneten Ablaufleistungsberechnungen nachzuvollziehen. Alexander Herbert setzt seine kalkulatorischen Fähigkeiten daher in der ausführlichen Produktanalyse ein, um dem Verbraucher diese Arbeit abzunehmen und die

tatsächlichen Kosten und realistischen Erträge offenzulegen.

Seinen Beruf auf dem Rücken der Verbraucher ausüben – in der Finanzberatung leider Alltag

David Zahn wechselte als Offizier und Leiter Controlling in die Finanzdienstleistungsbranche. Er musste feststellen, dass der Beruf des Finanzberaters auf dem Rücken der Verbraucher ausgeübt wird. Diese haben durch hohe Provisionen und teure Verwaltungskosten stets weniger von ihrer Altersvorsorge, als ihnen versprochen wurde. Schuld sind die Fehlanreize, die durch Provisionen in der Vermittlung von Finanzprodukten gezahlt werden. Es kann nicht im Sinne des Verbrauchers sein, dass der Vermittler mehr an einem Abschluss verdient, als der Kunde damit erwirtschaften kann. Das bisher von 260.000 Vermittlern in Deutschland praktizierte Provisionssystem widerspricht seinem guten Gewissen. Er möchte seinen Beruf lieben und das geht nur auf eine Weise: Fair und ehrlich.

UNSER ZIEL

Wir wollen der kundenfreundlichste und verbraucherorientierteste Online-Versicherungsmakler Deutschlands werden

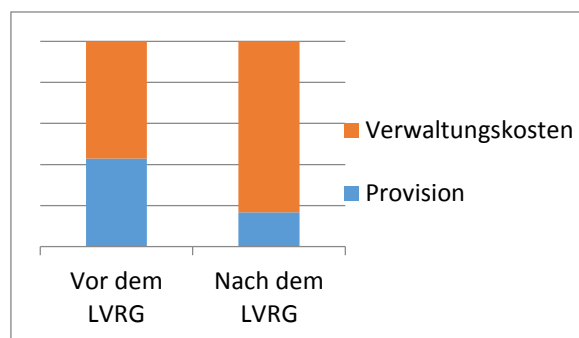
REALITÄT IN DER BRANCHE

Vermittler erhalten nach erfolgreichem Abschluss einer herkömmlichen Altersvorsorge eine Abschlussprovision von ca. 4,5% ausbezahlt. Die 4,5% beziehen sich dabei auf die Beitragssumme, also die Summe aller zukünftigen Einzahlungen.

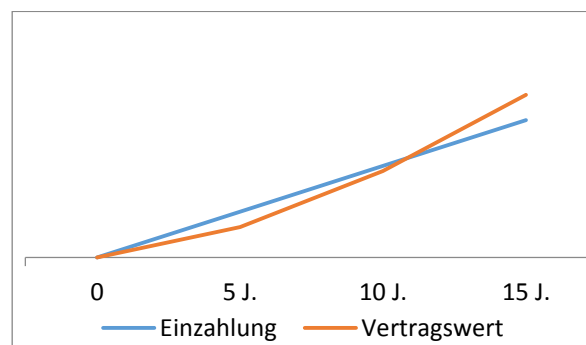
2,5% der 4,5% werden dem Vertrag in den ersten 5 Jahren entnommen. Die Kosten treffen den Sparer daher gleich zu Beginn. Die restlichen 2% werden ebenfalls den Einzahlungen des Sparers entnommen, entweder über die komplette Vertragslaufzeit oder über erhöhte Verwaltungskosten, die in den ersten Vertragsjahren anfallen.

Provisionsdeckelung im Zuge des LVRG zum 1.1.2015 auf 2,5% gibt es eigentlich gar nicht

Der Gesetzgeber hat mit dem LVRG (Lebensversicherungsreformgesetz) die Höhen von Provisionen beschränkt, um die Verbraucher zu schützen. Ein Wunschdenken, denn die Realität sieht anders aus. Vermittler bekommen nach wie vor höhere Provisionen von bis zu 7% ausgeschüttet, um den Vertrieb der eigenen Produkte zu finanzieren. Das Geld wird dem Vertrag über die Verwaltungskosten entnommen, deren Höhe vom Gesetzgeber nicht eingeschränkt wurde.



Der Schaden für den Verbraucher ist hoch! In den ersten Jahren erreichen zwischen 50% und 25% der Einzahlung gar nicht den Vertrag. Die Konsequenz für den Verbraucher: Er muss bis zu zehn Jahre einsparen, bis der Wert der Versicherung den eingezahlten Beiträgen entspricht. Zehn Jahre lang wird der vermeintliche Profit von den Vertriebskosten aufgeessen. Frust anstelle von Sparen.



Über Nachteile verkauft man nicht

Um Kunden vom Abschluss einer Police zu überzeugen, werden die Einzahlungen über die Laufzeit bei einem hohen Zinssatz hochgerechnet. Die Kosten werden allerdings außen vor gelassen, um die Hochrechnungen zu beschönigen. Weißt ein Versicherer beispielsweise eine Ablaufleistung für 6% Wertentwicklung aus, dann müssen für das Erreichen dieses Wertes für den Sparer die Fondskosten zusätzlich erwirtschaftet werden. Diese werden jedoch nicht zusätzlich ausgewiesen. Hat ein Fonds Kosten von 1,9%, gilt die errechnete Zahl für eine Fondsentwicklung von 7,9%.

Ausgewiesene Wertentwicklung	3%	6%	9%
Fondskosten	1,9%	1,9%	1,9%
Tatsächlich zu erreichende Wertentwicklung	4,9%	7,9%	10,9%

Dies wird dem Kunden so aber nicht ausgewiesen, denn über Nachteile verkauft man nicht.

Wertentwicklung	6%	7,9%
Ablaufleistung	131.899 €	195.885 €
Abweichende Ablaufleistung	63.986 €	

Nicht nur Vermittler stehen in der Kritik. Auch Versicherer sind nicht daran interessiert, transparent aufzutreten. Echte Vergleichbarkeit ist nicht gewünscht, so scheint es, wenn man gewisse Umstände oder Kalkulationen hinterfragt. Das prominenteste Beispiel sind die Hochrechnungen innerhalb der Angebote. Es wird beschönigt, was der rechtliche Rahmen erlaubt – und er erlaubt sehr viel!

Vermittler hat die Möglichkeit zu entscheiden, wie transparent und fair die Hochrechnung sein soll

Manche Versicherer bieten ihren Vermittlern im Angebotsprogramm sogar die Möglichkeit, zu entscheiden: Soll die Hochrechnung nach der „neuen transparenten Variante“ oder nach der „herkömmlichen Variante“ erstellt werden. Dass bei gleicher Einzahlung in der „herkömmlichen Hochrechnung“ fast 50% mehr Kapital am Ende ausbezahlt werden soll, zeigt wie Verbraucher hinters Licht geführt werden.

Leistungsdarstellung

- Herkömmliche Variante
 Neue transparentere Variante

Einmalige Kapitalauszahlung bei Rentenbeginn

Herkömmliche Variante	190.000 €
Transparente Variante	130.000 €

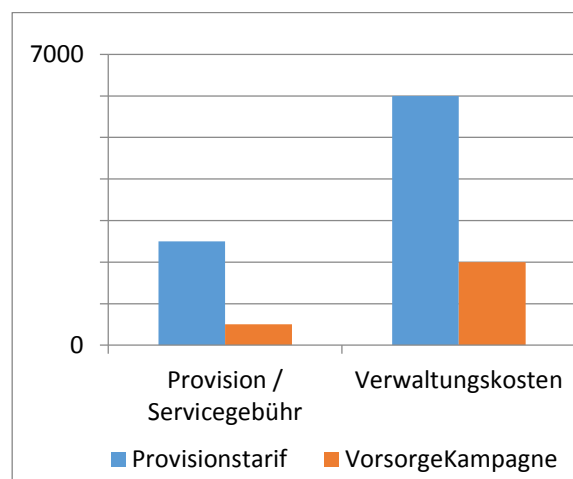
Hauptsache der Kunde unterschreibt und hält den Vertrag fünf Jahre durch. Dann hat der Vermittler seine Provision verdient. An einem langfristigen Sparerfolg ist der Vermittler selten interessiert.

Das Vergütungssystem „Provision“ setzt im Vermögensaufbau Fehlanreize. Vermittler haben einen Interessenkonflikt. Versicherer offerieren Vermittlern höhere Provisionen, damit diese sich für ihr Produkt entscheiden. Der Vermittler verkauft daher prioritär das Produkt, das mehr Provision abwirft, wohlwissend, dass der eigene Kunde, den man berät, damit schlechter fährt.

VERBRAUCHERSCHUTZ IST MÖGLICH

Provisionsfreie Produkte eliminieren nicht nur die hohen Kosten, sondern auch den Interessenkonflikt

Provisionen und hohe Kosten lassen sich mit provisionsfreien Produkten, sogenannten Nettotarifen/Honorartarifen, umgehen. Nicht nur die Provision entfällt, auch die Verwaltungskosten fallen für den Verbraucher geringer aus.



Weniger Kosten = Mehr Rente!

Die Vergütung des Beraters erfolgt transparent und direkt. Ein höherer Zinseszins durch geringere Kosten führt zu bis zu 30% mehr Rente bei gleicher Einzahlung!

Vorsicht vor unseriösen Anbietern

Längst haben die Wölfe im Schafspelz, das mögliche Betrugspotenzial von Nettotarifen erkannt. Mit der Sales-Story „Nettoprodukte“ werden Verbraucher in die Kostenfalle gejagt. Unseriöse Anbieter veranschlagen 7% Vermittlungsgebühr trotz angeblichem Nettotarif. Mit sogenannten Kostenausgleichsvereinbarungen zwingen sie den Verbraucher, die Vermittlungsgebühr sogar dann weiterhin zu bezahlen, wenn in die Altersvorsorge nicht mehr eingezahlt wird.

SO FUNKTIONIERT'S

Zur provisionsfreien Altersvorsorge in 4 Schritten



1. Lass Dich beraten

Welches Produkt ist das richtige für dich?
Welche staatliche Förderung kannst du nutzen?
Zu all dem und mehr beraten wir dich
per Telefon, Chat und Email.

2. Beste Altersvorsorge wählen

Egal ob Fonds, Förderung, Garantie oder Flexibilität, im Tarifvergleich wählst du das Produkt aus, das am besten zu Dir passt.



3. Kostenfreie Zusatzleistungen

Reduziere deine Servicegebühr durch unser praktisches Rabattsystem, verwalte deine Verträge übersichtlich digital und nutze die optimale Risikoabsicherung von BesserBerater.

4. Ruhestand genießen

Mit den besten Produkten versorgt und ohne hohe Kosten, kannst du dem Ruhestand entspannt entgegensehen.



IN KÜRZE

VorsorgeKampagne ist Deutschlands erstes Vergleichsportale für provisionsfreie Altersvorsorgeprodukte und eine Marke der i-finance GmbH, ein junges, unabhängiges Fin-Tech Unternehmen aus München. Das Unternehmen hat sich darauf spezialisiert, komplexe Finanzthemen für die Verbraucher einfach und transparent zu gestalten.

Durch unabhängige Produktvergleiche unterschiedlicher Versicherungsanbieter legt das Unternehmen die Kosten und Provisionen von Altersvorsorgeprodukten offen. Es ermöglicht allen Verbrauchern den Zugang zu Honorartarifen, bei denen keine teuren Vertriebsprovisionen anfallen. Das Unternehmen konnte seinen Kunden so bereits über 1 Mio. Euro an Provisionen und Verwaltungskosten für Vorsorgeprodukte einsparen.

Zusätzlich bietet i-finance seine Kunden einen digitalen Versicherungsordner und eine Vergleichsplattform für die Risikoabsicherung. Diese wird unter dem Namen BesserBerater betrieben und steht für qualitativ hochwertige Absicherung.

 www.facebook.com/VorsorgeKampagne

 www.youtube.com/VorsorgeKampagne

 www.twitter.com/fairsorgt

PRESSEKONTAKT



Juliane Husemann

Corporate Communications

i-finance GmbH
Beichstr. 5
80802 München
www.vorsorgekampagne.de

Email j.husemann@i-fin.de
Tel. 089 – 890 567 05