



KORNELIA HAGEN

## Mängel der Riester-Rente sprechen für ein Standardprodukt

Kornelia Hagen ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Abteilung Wettbewerb und Verbraucher am DIW Berlin. Der Kommentar gibt die Meinung der Autorin wieder.

Die Riester-Rente wird bald volljährig, sie kommt damit in ein Alter, das allgemein mit Reife und Aufbruch zu Neuem verbunden wird. Seit 2001 soll sie als eine individuelle, freiwillige, kapitalgedeckte, steuerlich geförderte Altersvorsorge künftige Versorgungslücken in der gesetzlichen Rentenversicherung ausgleichen, die durch die Absenkung des Rentenniveaus entstehen. Den Zuschlag für den Vertrieb bekam damals die Versicherungs- und Finanzwirtschaft. Schätzungen zufolge sollten etwa 35 Millionen Menschen die Förderung in Anspruch nehmen. Das Produkt sollte für Geringverdienende erschwinglich sein, weitere Zielgruppen waren Frauen und Alleinstehende. Soweit – so gut?

Nein, die Riester-Rente ist keineswegs ausgereift. Sie wird nicht flächendeckend in Anspruch genommen. Die Zahl der Verträge lag Ende 2017 bei 16,5 Millionen, seit einigen Jahren steigt sie nur noch in lächerlichem Ausmaß – 2017 gegenüber 2016 beispielsweise um 23 Verträge! Hinzu kommt, dass jeder fünfte Vertrag ruht. Da eine Person mehrere Verträge abschließen kann, ist die Zahl der Geförderten noch geringer. Von Ende 2016 rund 11 Millionen Geförderten erhielt nur etwas mehr als die Hälfte die volle Förderung, fast 20 Prozent sogar weniger als die Hälfte. Der Streit in Politik, Wissenschaft und Versicherungswirtschaft darüber, ob Geringverdienende angemessen an der Riester-Förderung partizipieren, kann hier nicht detailliert ausgeführt werden. Fakt ist aber, der Anteil von Geringverdienenden, die Riester-Rente abschließen, ist geringer, als es ihrem Anteil an der Bevölkerung entsprechen würde.

Die geringe Nachfrage nach Riester-Produkten hat mehrere Ursachen: Vorsorge ist ein ungeliebtes Thema. Der niedrige Garantiezins, der heute auf 0,9 Prozent gesunken ist (2001: 3,25 Prozent), bietet wohl kaum Anreiz für einen Riester-Abschluss. Der bedeutendste Grund für die Verweigerung zu Riester sind sicherlich (zu) hohe und intransparente Vertriebs-, Abschluss- und Verwaltungskosten sowie die Komplexität von Produkt und Förderung. Zwar zeigen Produkttests von Ökotest und Stiftung Warentest, dass es möglich ist, günstige

Riester-Produkte zu finden. Aber zweifelsohne riskieren gerade finanziell Unwissende – dazu gehören rund 40 Prozent der Bevölkerung – einen schlechten, weil renditeschwachen Vertrag abzuschließen, zumal Verkauf und Beratung von Provisionen getrieben wird. Auch die 2017 eingeführten standardisierten Produktinformationsblätter führten bislang zu keinem Erfolg.

Vielen gilt die private geförderte Altersvorsorge als nicht verhandelbar. Ich halte sie für einen Irrweg. Zur langfristigen Sicherung einer auskömmlichen Versorgung im Alter sollte besser die umlagefinanzierte gesetzliche Rentenversicherung gestärkt werden. Diese Option wird aber gegenwärtig eher ignoriert und teilweise diskreditiert; sie findet vermutlich absehbar keine politischen Mehrheiten.

Nur in Anbetracht dessen sowie wegen der Konstruktionsfehler der Riester-Rente plädiere ich alternativ für ein Basisprodukt. Viele favorisieren ein Garantieprodukt, auch wenn das etwas Rendite kostet. Zumindest müsste das Produkt einfach, transparent und kostengünstig ausgestaltet und von einer vertrauenswürdigen Institution nicht profitorientiert verwaltet werden. Dies signalisierte einen kleinen Aufbruch in der privaten Altersvorsorge, könnte vielleicht die Vorsorgebereitschaft steigern. Prominent diskutiert werden bislang zwei Modelle, die *Deutschlandrente* (Hessenmodell) und das *Vorsorgekonto* (Rentenversicherung Baden-Württemberg).

Die Bundesregierung tritt laut Koalitionsvertrag in der Alterssicherung für das Drei-Säulen-Modell ein und kündigte einen Dialog mit der Versicherungswirtschaft an, damit zügig ein attraktives standardisiertes Riester-Produkt entwickelt werde. Ausgerechnet jene Branche soll das Produkt anbieten, die für die Riester-Defizite mit verantwortlich ist und sich wiederholt gegen ein Nonprofit-Produkt ausgesprochen hat? Dies steht nicht für Aufbruch und Dynamik, und ob sich darüber ein neuer Zusammenhalt motivieren lässt, ist äußerst zweifelhaft.

Der Beitrag ist in gekürzter Form am 28. Mai 2018 auf [procontra-online](http://procontra-online) erschienen.

## IMPRESSUM

---



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V.

Mohrenstraße 58, 10117 Berlin

[www.diw.de](http://www.diw.de)

Telefon: +49 30 897 89-0 Fax: -200

85. Jahrgang 6. Juni 2018

### Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Tomaso Duso; Dr. Ferdinand Fichtner; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.;  
Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky;  
Prof. Dr. Stefan Liebig; Prof. Dr. Lukas Menkhoff; Prof. Johanna Möllerström;  
Ph.D.; Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Jürgen Schupp;  
Prof. Dr. C. Katharina Spieß

### Chefredaktion

Dr. Gritje Hartmann; Mathilde Richter; Dr. Wolf-Peter Schill

### Lektorat

Prof. Dr. Daniel D. Schnitzlein; Kristina Van Deuverden

### Redaktion

Renate Bogdanovic; Dr. Franziska Bremus; Rebecca Buhner;  
Claudia Cohnen-Beck; Dr. Daniel Kemptner; Sebastian Kollmann;  
Matthias Laugwitz; Markus Reiniger; Dr. Alexander Zerrahn

### Vertrieb

DIW Berlin Leserservice, Postfach 74, 77649 Offenburg

[leserservice@diw.de](mailto:leserservice@diw.de)

Telefon: +49 1806 14 00 50 25 (20 Cent pro Anruf)

### Gestaltung

Roman Wilhelm, DIW Berlin

### Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

### Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

### Druck

USE gGmbH, Berlin

ISSN 0012-1304; ISSN 1860-8787 (online)

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur mit  
Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an den  
Kundenservice des DIW Berlin zulässig ([kundenservice@diw.de](mailto:kundenservice@diw.de)).

Abonnieren Sie auch unseren DIW- und/oder Wochenbericht-Newsletter  
unter [www.diw.de/newsletter](http://www.diw.de/newsletter)