

AssCompact

09 | 2017 3,80 €

Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Sonderthemen

- » Kfz-Versicherung
- » Vergütungsmodelle

Neues aus dem VDVM

Die Nebenwirkungen des neuen Geldwäschegesetzes

AssCompact Studien

TRENDS III/2017
Solide Vertriebsstimmung



AXA will digitaler Vorreiter sein – Für Makler und Kunden

Christian Pape, Leiter Maklervertrieb Kranken & Leben (l.), und
Thomas Primnitz, Leiter Maklervertrieb Komposit (r.)
bei AXA Deutschland

Mit der Börse
fürs Alter vorsorgen,
ohne die Kurse im
Auge zu behalten.



EIN GRUND MEHR,
DIE ALLIANZ
ZU EMPFEHLEN.

Von Experten gemanagt: InvestFlex mit StrategieDepots.

Am Kapitalmarkt investieren ist gut. Noch besser: Mit InvestFlex StrategieDepots die Renditechancen des Kapitalmarktes für die langfristige Altersvorsorge nutzen. Innerhalb der StrategieDepots übernehmen die Experten der Allianz die Zusammenstellung und laufende Optimierung der Fonds-Portfolios. So gewinnen Sie nicht nur Zeit für sich und Ihre Kunden, sondern genießen gleichzeitig umfangreichen Service und hohe Transparenz.

Darum InvestFlex mit StrategieDepots empfehlen:

- Drei StrategieDepots je nach individueller Risikopräferenz wählbar
- Aktives Management der Fonds-Portfolios durch Allianz-Experten
- Zusammensetzung, Umschichtungen und Wertentwicklung sind jederzeit einsehbar
- Beitragsgarantie zwischen 100%, 80%, 60% und 0% wählbar
- Attraktive Fondsquoten sorgen für langfristige Renditechancen
- Stabilität durch Finanzstärke und weltweites Anlage-Know-how

Wer jeden Tag sein Bestes gibt, kann das auch von seinen Partnern erwarten. Die Allianz für Makler.



InvestFlex und weitere Highlights live auf der DKM.
Mehr unter makler.allianz.de/dkm

Allianz

Arbeiten Sie noch oder scrummen Sie schon?

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

die Superlative überschlagen sich, wenn wir über den Umbruch in der Versicherungswirtschaft reden. Meine Gespräche mit den Führungskräften unserer Branche, die ich während der Sommermonate führen durfte, verdeutlichen dies erneut. Vom fundamentalen Wandel ist da die Rede und von tief gehenden Einschnitten. Eine Herausforderung sei das, aber eben genauso eine sehr spannende Zeit, heißt es dort nicht ohne Begeisterung. (Zugegebenermaßen gilt dies insbesondere im Bereich der privaten und gewerblichen Sachversicherungen. Über die wird gerade überall gerne gesprochen – und in der Regel deutlich lieber als über die Lebensversicherung.)

Aber über alle Bereiche hinweg, inklusive Vertrieb, gilt: Die Versicherer probieren sich aus. Mitarbeiter berichten von einer neuen Denkweise. Investiert wird jetzt schon mal in Projekte, bei denen man nicht weiß, was herauskommt. Es gibt keine Zieldefinition mehr. Lernen will man und darüber herausfinden, was in der Zukunft funktionieren könnte und was nicht. In viele Abteilungen ist das „Mindset“ der Tech-Firmen eingezogen, das Arbeiten mit „Scrum-Modellen“ macht Schule – über die IT-Abteilungen hinaus etwa hinein in die Produktentwicklung. Wenig Regeln, viel Offenheit, schnelles Handeln, komplette Transparenz – und wenn nötig wieder zurück zur vorherigen Etappe und Anpassungen vornehmen. Langjährige Produktentwicklungen ohne Wissen darüber, ob der Markt das Produkt überhaupt annimmt, sollen der Vergangenheit angehören. Im Idealfall entscheidet heute der Markt schon im Entwicklungsprozess darüber, wie das Produkt aussehen soll. Wir kennen das aus der Kommunikationstechnologie, und andere Branchen folgen.

Dieses Arbeiten ist in unserer Branche neu und verspricht Aufbruchstimmung. Vermutlich ist es auch eine Opportunität, Nachwuchskräfte für die Branche zu gewinnen. Vor allem aber bringen die Entscheider dieses Vorgehen immer wieder mit der neuen Kundenorientierung ihrer Unternehmen in Verbindung. Das Denken vom Kunden her sei der entscheidende Faktor für den Erfolg von morgen. Ich gebe zu, es fällt mir manchmal schwer, diesem Gedanken zu folgen, dachte ich doch, dass auch bisher schon der Kunde im Mittelpunkt von Geschäfts- und Produktideen stand. Vielleicht liege ich da falsch, vielleicht kommt es auch daher, dass ich erst vor wenigen Wochen erstmals von Scrum und Scrum-Mastern überhaupt gehört habe.

Funktionieren Scrum-Modelle eigentlich auch in der Politik? Ja, nein, vielleicht? Erwarten Sie darauf von mir keine Antwort, schon gar nicht mehr in den wenigen Tagen bis zur Bundestagswahl.



Ihre

Brigitte Horn
Chefredakteurin
horn@asscompact.de





28 <<

AXA will digitaler Vorreiter sein –
Für Makler und Kunden



58

Acht Wege zu mehr Baufinanzierungen

Personen

10 News

Studien

16 Aktuelle Marktuntersuchungen

Assekuranz

18 News

- >> 28 Titelinterview > AXA will digitaler Vorreiter sein – Für Makler und Kunden > Thomas Primnitz und Christian Pape, AXA
- 30 AIG: Digitaler Neustart für die Gewerbeversicherung > von Andreas Krause, AIG
- 32 „Ich wünsche mir, dass die Vertriebspartner uns auf dieser Reise begleiten“ > Interview mit Jawed Barna, Zurich
- 34 Makler können bAV-Kunden alle Kontakt- und Betreuungskanäle öffnen > von Tobias Bailer, pension solutions group
- 36 Drei Ansätze gegen den Fachkräftemangel in Unternehmen > von Lucas Müller, elipsLife
- 38 „Finanzkraft schafft die notwendigen Freiräume für die Kapitalanlage“ > Interview mit Dr. Thomas Wiesemann, Allianz
- 40 Unfallversicherung neu gedacht – Einfache Produkte für den Vertrieb > von Dr. Stefan Knoll, Deutsche Familienversicherung
- 42 Die neue Nische: Private Autoinhaltsversicherung > von Ronny Knoll, Ammerländer

Sonderthema Kfz-Versicherung

- 44 Fahrerlos in ein neues Kfz-Zeitalter
- 46 „Die Herausforderungen in Kfz sind nicht über den billigsten Preis zu meistern“ > Interview mit Frederik Waller, Itzehoer
- 48 Die rasante Entwicklung am Kfz-Markt erfordert neue Versicherungslösungen > von Rainer Gelsdorf, Württembergische
- 50 Die Folgen des autonomen Fahrens für die Kfz-Versicherung > Interview mit Andrej Cacilo, Fraunhofer-Institut
- 52 Was Oldtimer-Besitzer und ihre Autos bei der Absicherung besonders macht > von Alina Sucker, Hiscox

Finanzen

54 News

- 58 Acht Wege zu mehr Baufinanzierungen > von Joachim Leuther, BS Baugeld Spezialisten
- 60 Kunden erfolgreich ansprechen und binden mit Haushaltsoptimierung > von Daniel Hering, PROCHECK24

Investment

62 News

- 66 Kommentar > Keine Angst vorm großen Crash > von Michael Herrmann, AssCompact
- 70 Versteckte Chancen in Wachstumsmärkten > von Alexander Mozer, ÖKOWORLD
- 72 Nachhaltige Plantageninvestments für Privatpersonen > von Klaus S. Dauer, Asia Plantation Capital
- 74 „Gerade bei Versicherungen und Pensionskassen ist die Nachfrage hoch“ > Interview mit Johannes Anschott, Commerz Real
- 76 Mithilfe einer Fondsbank in die Digitalisierung hineinwachsen > von Peter Nonner, FIL Fondsbank

DKM-News

- 78 Die Leitmesse unter dem Eindruck der Bundestagswahl 2017

Begeisterung?

»Die Zukunft im Blick.«



Andrea Meffert, Maklerbetreuerin,
empfeht: Helvetia SBU – existenziell wichtiger
Schutz bei Berufsunfähigkeit.

Ihr Erfolg mit der neuen Helvetia SBU.

Im Falle einer Berufsunfähigkeit können die meisten Betroffenen ihren Lebensstandard nicht mehr halten. Schützen Sie Ihre Kunden vor diesem persönlichen Super-GAU mit der neuen Helvetia SBU:

- Einfache Antragserfassung mit Online-Tool
- Flexibilität auch bei Zahlungsschwierigkeiten
- Hervorragende Bedingungen



Kommen Sie mit uns ins Gespräch:
www.hl-maklerservice.de/sbu

Helvetia schweizerische Lebensversicherungs-AG
T 069 1332-575
kontakt@hl-maklerservice.de

Ihre Schweizer Versicherung. **helvetia**



108

AssCompact TRENDS III/2017:
Solide Stimmung & Nachhaltigkeit im Fokus

Management & Vertrieb

- 87 News
- 86 AssCompact Trendtag 2017 in Wien: Orientierung in bewegten Zeiten
- 96 Kolumne › Umsetzung der Finanzmarktrichtlinie MiFID II abgeschlossen
› von Rechtsanwalt Hans-Ludger Sandkühler
- 98 Wie gelingt es mir, eine Zielgruppe wirklich zu erobern? › von Steffen Ritter
- 100 Wie ermittelt man eigentlich den Wert eines Maklerunternehmens?
› von Andreas Grimm, bestandsmarktplatz.de
- 102 Wohin geht der Markt der Maklerverwaltungsprogramme?
› von Sarah Hesse, Brockhaus, und Henning Plagemann, Sopra Steria
- 106 Mit hochwertigen Inhalten Kunden überraschen
› von Dr. Claudia Hilker, Unternehmensberaterin
- 108 AssCompact TRENDS III/2017: Solide Stimmung & Nachhaltigkeit im Fokus

Sonderthema Vergütungsmodelle

- 110 Über Vergütung lässt sich (nicht) streiten
- 112 Wandel der Vergütung, Wandel des Vertriebs – Doch in welche Richtung?
› von Prof. Dr. Matthias Beenken, Fachhochschule Dortmund
- 114 Honorarvergütung: Für Kunden und Makler ein Gewinn
› von Heiko Reddmann, HonorarKonzept
- 116 Honorar oder Provision – Erfahrungsberichte aus der Praxis

Steuern & Recht

- 122 News
- 128 Neue Steuerregeln für Fonds: Was ändert sich ab 2018? › von Peter Maier, BVI
- 130 Ganzheitliche Notfallorganisation – Richtig beraten
› von Rechtsanwalt Lutz Arnold LL.M., Anwaltskanzlei Arnold
- 132 Know-how aus und vom VDVM › Das neue Geldwäschegesetz –
Nicht ohne Nebenwirkungen für Vermittler › von Dr. Hans-Georg Jenssen, VDVM
- 134 Grenzüberschreitender Versicherungsvertrieb: Wer hat die Aufsicht?
› von Jens-Dietrich Sprenger LL.M., Sprenger Rechtsanwälte

8 Veranstaltungen

- 14 Bücher
- 136 Stellenmarkt
- 138 Impressum

Bitte beachten Sie die in dieser Ausgabe enthaltenen Beilagen der Mannheimer Versicherung AG und der Concordia Versicherungen sowie das Supplement der Haftpflichtkasse.



**EINE
FÜR ALLE**

**30 x
VERBESSERT**

**NEUWERT-
ENTSCHÄDIGUNG**

**VON EXPERTEN
VERSICHERT**

**VHV III
VERSICHERUNGEN**

VHV FIRMENPROTECT HAFTPFLICHT IN

KEINOHRSCHADEN

WER DEN SCHADEN VERURSACHT, MUSS SICH UM DIE FOLGEN NICHT SORGEN

Ob mangelhaft gelieferte Formen für die Schokohasenproduktion oder ruinierte Kleidung durchs Haarefärben beim Friseur: Ab sofort profitieren alle Branchen von einer Betriebshaftpflicht der Spitzenklasse. Über 30 neue Leistungen stellen sicher, dass alle branchenspezifischen Anforderungen optimal abgesichert sind.

Sogar eine Neuwertentschädigung bei Sachschäden bis 5.000 EUR ist garantiert.

Und der Baustein „erweiterte Produkthaftung“ zählt ab sofort zu den besten am Markt.

**Mehr Infos über die vielleicht beste Betriebshaftpflicht aller Zeiten
erhalten Sie unter 0511.907-30 00 oder auf vhv-partner.de**

BU im Fokus bei der deutschlandweiten Tour der Stuttgarter

(ac) Wie Vermittler effizient und erfolgreich zum Thema Berufsunfähigkeit beraten, darüber informierte Die Stuttgarter auf ihrer Vertriebstour „BU im Fokus – die Praxisoffensive für noch mehr Effizienz in der Beratung“ im Juni und Juli 2017.

Best-Practice-Ansätze für den Beratungsprozess

Die insgesamt rund 500 Teilnehmer erlebten live Best-Practice-Ansätze und Tipps für den Beratungsprozess. Für die Veranstaltungen in acht deutschen Städten hatte der Versicherer zwei „BU-Profis“ verpflichtet: den Vertriebsbeauftragten und Fachreferenten für Biometrie der Stuttgarter, Klaus L. Helm, sowie den Versicherungsmakler, Berater und Fachtrainer Lars Christiansen, geschäftsführender Gesellschafter von GINGKO|CONCEPT.

Die Teilnehmer erfuhren, wie sich das reale BU-Risiko mit den weiterentwickelten Produktlösungen der Stuttgarter verlässlich absichern lässt: So hat der Versicherer die Beiträge speziell für Nichtraucher attraktiver gestaltet. Auch für kaufmännisch tätige Akademiker ist der BU-Schutz nun durch eine neue Berufsgruppeneinteilung preiswerter. Bei den Bedingungen hat Die Stuttgarter ebenfalls nachgelegt. Ihre BU ist jetzt flexibler. Grund dafür ist eine neue Anpassungsoption bei Erhöhung der gesetzlichen Regelaltersgrenze. Darüber hinaus hat das Unternehmen seine Annahmerichtlinien weiter optimiert und die Risikoprüfungsprozesse effizienter gestaltet. Die Veranstaltung fand positiven Anklang bei den Besuchern: „Alle Vorteile wurden präzise auf den Punkt gebracht!“

Dialog: Sommer-Biometrietage 2017 rund um das Vitality-Gesundheitsprogramm

(ac) Die Dialog Lebensversicherungs-AG hat der Maklerschaft auf den „Sommer-Biometrietagen 2017“ in mehreren deutschen Großstädten die neue Berufsunfähigkeitsversicherung SBU-professional Vitality in Kombination mit dem Gesundheitsprogramm Generali Vitality vorgestellt.

Gesundheitsprogramm und Datenschutz

Außerdem referierte Peter Stockhammer, Geschäftsführer der Generali Vitality GmbH, über das Gesundheitsprogramm der Generali. Versicherungsfachanwalt Stephan Michaelis von der Kanzlei Michaelis behandelte die häufig diskutierte Frage des Datenschutzes: Bei der Generali wurde die Regelung getroffen, dass alle Kundendaten aus dem Gesundheitsprogramm bei einer unabhängigen Gesellschaft gesammelt werden und dem Versicherer lediglich der Status des Kunden übermittelt wird. Michaelis ging darüber hinaus auf rechtliche Rahmenbedingungen ein und gab wertvolle Hinweise, wie Fallstricke in der Versicherungsvermittlung zu vermeiden sind. Zum Abschluss erhielten die anwesenden Vermittler von den Dialog-Maklerbetreuern wichtige Verkaufs-



Versicherungsfachanwalt Stephan Michaelis von der Kanzlei Michaelis behandelte die häufig diskutierte Frage des Datenschutzes.

argumente und überzeugende Einwandbehandlungen „in 60 Sekunden“ für ihre Beratungspraxis.

Über 200 Makler besuchten die Sommer-Biometrietage 2017 und nahmen die produktspezifischen Informationen und die beratungsbezogenen Hinweise und Empfehlungen für ihr Geschäft auf. Auf die Präsentationen folgte jedes Mal eine intensive Diskussion.



HDI

Unfallversicherung

Wenn unser Leben eigene Wege geht.

Unfälle passieren oft unvorhersehbar. Dann ist es gut, wenn man einen verlässlichen Partner an seiner Seite hat. Der Unfallschutz von HDI bietet Ihren Kunden umfassende Sicherheit: mit flexiblen Leistungspaketen, Extra-Leistungen für Kinder und besonders günstigen Beiträgen für junge Familien. Und mit unserer neuen Differenzdeckungsgarantie gehen auch Sie als Berater auf Nummer sicher, wenn Ihr Kunde zu HDI wechselt.

HDI hilft.

BFM meldet Geschäftsführerwechsel



Michael Prüfer

(ac) Die Geschäftsführung des Bundesverbands Factoring für den Mittelstand (BFM) liegt seit Juli 2017 in den Händen von Michael Prüfer. Er folgt auf Klaus Schierbeck,

der seit 2012 die Geschäfte des Verbands verantwortet hatte und aus Altersgründen ausgeschieden ist. Prüfer war in den letzten Jahren bereits als Syndicus im BFM aktiv. Branchenerfahrung bringt er auch aus seiner anwaltlichen Tätigkeit mit, bei der er Factoring-Gesellschaften und Banken vertritt.

Danske Invest verstärkt Vertriebskompetenz in Frankfurt



Markus Banna

(ac) Danske Invest baut mit Markus Banna als neuem Director Business Development seine Vertriebskompetenz am Standort Frankfurt am Main aus. In der neu geschaffenen Position

soll sich Banna auf die Betreuung institutioneller Kunden fokussieren. Der Vertriebsexperte und frühere Fondsmanager berichtet an Marc Homsy, Head of Asset Management Distribution, Germany.

Markus Banna bringt für seine neue Aufgabe umfangreiche Expertise in traditionellen und alternativen Anlageklassen mit, insgesamt ist er bereits seit 1985 in der Finanzbranche tätig. Zu seinen Stationen zählen Prime Capital, FRANKFURT-TRUST und SEB. Zuvor war er als Fondsmanager bei Invesco Asset Management und Dresdner Bank.

Asset-Manager Lupus alpha: Vertriebsteam verstärkt



Benjamin Wendel

(ac) Benjamin Wendel verstärkt seit Mitte August das Vertriebsteam von Lupus alpha. Damit baut der Frankfurter Asset-Manager seinen institutionellen Vertrieb weiter aus. Wendel konzentriert sich in seiner neuen Funktion auf die Betreuung institutioneller Kunden.

Zuletzt war Benjamin Wendel als Relationship Manager für die DekaBank tätig.

Dort betreute er unter anderem institutionelle Kunden, insbesondere Sparkassen. Zuvor war er lange Jahre als Depot-A-Manager für die Sparda Bank Hessen tätig. Seine berufliche Laufbahn begann Wendel bei der Sparda Bank Frankfurt im Retail Banking.

Schadenbereich bei AXA CS unter neuer Leitung



Katrin Thiel

(ac) Katrin Thiel hat zum 01.08.2017 die Position des Head of Claims beim Industrierversicherer AXA Corporate Solutions (AXA CS) Deutschland übernommen und wird damit gleichzeitig Mitglied im Management Board. Thiel ist Rechtsanwältin und Führungskraft mit langjähriger Erfahrung im Schadenmanagement, besonders im Sach-, Haftpflicht- und Vermögensschadenbereich. Durch ihre

bisherige Tätigkeit als Schadenleiterin bei global tätigen Versicherungsgesellschaften verfügt sie über Expertise im Schadenmanagement und in der Großschadenverhandlung in einem international geprägten Umfeld.

ALTE OLDENBURGER beruft neuen Vorstand



Dr. Dietrich Vieregge

(ac) Zum 01.07.2017 haben die Aufsichtsräte der ALTE OLDENBURGER Krankenversicherungsgruppe und des ALTE OLDENBURGER Krankenversicherung von 1927 V.V.a.G. Dr. Dietrich Vieregge in den Vorstand der ALTE OLDENBURGER Krankenversicherung AG, der Provinzial Krankenversicherung Hannover AG, der ALTE OLDENBURGER Beteiligungsgesellschaft AG sowie des

Versicherungsvereins berufen. Vieregge soll die Ressorts Antrag, Vertrag und Leistung sowie die Bereiche Grundsatzaufgaben/Rechtsabteilung und die Kooperationsbeziehungen mit den gesetzlichen Krankenversicherern verantworten.

Klaus Tisson ist aus den Vorständen der vier Unternehmen ausgeschieden. Seine Ressorts Vertrieb und Marketing liegen künftig im Verantwortungsbereich des Vorstandsvorsitzenden Manfred Schnieders.

pension solutions group: Veränderung in der Geschäftsführung



Tobias Bailer

Die operativen Geschäfte werden nun weiterhin von den Geschäftsführenden Gesellschaftern Tobias Bailer und Marc Sontowski geführt.

(ac) Die pension solutions group, Experte für die Beratung, Implementierung und Nachbetreuung von betrieblichen Vorsorgelösungen in deutschen Unternehmen, hat eine Veränderung in ihrer Geschäftsführung bekannt gegeben: Ende Juni 2017 ist Uwe Saßmannshausen aus der operativen Tätigkeit als Geschäftsführer in allen Unternehmen der pension solutions group ausgeschieden, um das Unternehmen aus seiner Gesellschafterstellung heraus zu begleiten.



Marc Sontowski

Vorstand der BHW-Bausparkasse stellt sich neu auf



Henning Göbel

Neu in den Vorstand der Bausparkasse hat der Aufsichtsrat Dr. Jörg Koschate berufen. Koschate verantwortet bereits seit drei Jahren als Generalbevollmächtigter das Produktmanagement und das Auslandsgeschäft des Unternehmens. Als Mitglied des Vorstands ist er zusätzlich für die Vertriebsunterstützung, den Kooperationspartnervertrieb und die Aktiv-Passiv-Steuerung des Unternehmens verantwortlich.

(ac) Zum 01.08.2017 hat es personelle und funktionelle Veränderungen im Vorstand der BHW Bausparkasse AG gegeben. Nach dem Wechsel des bisherigen Vorstandsvorsitzenden Lars Stoy in den Vorstand der Deutschen Postbank AG stellt sich das Führungsteam neu auf. Aus seiner Mitte heraus hat der Vorstand Henning Göbel zum Sprecher gewählt. Göbel gehört dem Gremium seit 2016 an und ist Finanzvorstand (CFO) der Gesellschaft.



Dr. Jörg Koschate

Haushalts- optimierung öffnet Türen!

...mit den Vergleichsrechnern
vom Marktführer:

- Kredit
- Girokonto
- Strom
- Gas
- DSL
- Kfz-Versicherung



Begeistern Sie Ihre Kunden
mit Service und Ersparnis!

Besuchen Sie uns auf der
DKM: Halle 3B | Stand A06
Wir freuen uns auf Sie!

PROCHECKst Du schon?

Mehr Infos unter
www.procheck24.de

Neuer Beiratsvorsitzender bei der DMA



Carlos Reiss

(ac) Als neuer Vorsitzender ist Carlos Reiss an die Spitze des Beirats der Deutsche Makler Akademie (DMA) gewählt worden. Er folgt in dieser Position auf Peter Przybilla, Geschäftsführer und Berater der Hengstenberg & Partner GmbH. Mit der Wahl wurde Reiss auch neues Mitglied des Aufsichtsrates der DMA.

Carlos Reiss ist Mitgründer und Geschäftsführer des Großmaklers Hoesch & Partner GmbH und CEO der asuro GmbH, die eine App zur digitalen Verwaltung und Optimierung von Versicherungsverträgen anbietet. Reiss hat 20 Jahre Erfahrung als Dozent für Versicherungsbetriebslehre und ist Autor zahlreicher Fachartikel und -bücher. Zum stellvertretenden Beiratsvorsitzenden wurde Giovanni Nuvoli, Prokurist der RVM Versicherungsmakler GmbH & Co. KG, gewählt.

Hübener Versicherungs AG: Neuer Aufsichtsratsvorsitzender



Kersten Jodexnis

(ac) Kersten Jodexnis ist neuer Aufsichtsratsvorsitzender der Hamburger Hübener Versicherungs AG. Neben Jodexnis wurden die bisherigen Aufsichtsräte Vincent Schlüter und Thomas R. Michahelles für weitere fünf Jahre wiedergewählt. Jodexnis ist eng mit der Versicherungsbranche verbunden, unter anderem als Hauptaktionär der Wertgarantie AG, Hannover. Zudem

ist er Investor und Mentor bei vielen Start-ups innerhalb und außerhalb der Finanz- und Versicherungsbranche.

Über Hübener

Die Hübener Versicherung bietet klassischen Versicherungsschutz gegen die bekannten Versicherungsgefahren Feuer, Einbruchdiebstahl, Leitungswasser und Sturm. Sie unterscheidet sich jedoch in der Art der Risiken, die sie zeichnet. Hier werden exponierte Risikogruppen gesucht, bei denen der Versicherungsmarkt kein oder nur ein sehr eingeschränktes Angebot macht. Dazu gehören unter anderem Diskotheken, Asylantenheime, Recyclingbetriebe, Pfandhäuser, Feuerwerkshandel und vieles mehr.

FM Global mit neuem Manager für EMEA und Asia Pacific

(ac) Beim Industriesachversicherer FM Global ist Stefano Tranquillo zum Senior Vice President, Division Manager EMEA/Asia Pacific befördert worden und leitet seinen Aufgabenbereich nun von der FM Global Niederlassung in Luxemburg aus. Zuvor war er als Senior Vice President, Division Manager Asia Pacific in der Niederlassung in Singapur tätig. Tranquillo begann seine Karriere bei FM Global im Jahr 1984 als Loss Prevention Engineer und war seitdem in zahlreichen Management-Positionen in den Bereichen Engineering und Underwriting tätig.

Lloyd Fonds AG beruft weiteren Vorstand

(ac) Die Lloyd Fonds AG hat Klaus M. Pinter mit Wirkung zum 01.08.2017 in den Vorstand bestellt. Ihm wird die Verantwortung für alle Asset-Bereiche, vor allem Schifffahrt und Immobilien, sowie den Vertrieb obliegen. Den Immobilienbereich übernimmt Pinter von Holger Schmitz, der bis März 2017 für diesen Bereich als Generalbevollmächtigter zuständig war. Pinter gehört seit Juni 2016 als Generalbevollmächtigter dem Unternehmen an. Zuvor hatte er verschiedene leitende Positionen bei der Commerzbank inne und dort zuletzt mit der Hanseatic Ship Asset Management GmbH (HSAM) eine Schifffahrtsplattform aufgebaut.

Torsten Teichert: Vertrag verlängert

Zugleich hat der Hamburger Investment- und Asset-Manager den Vertrag des Vorstandsvorsitzenden Dr. Torsten Teichert verlängert. Er wird wie bisher unter anderem für Strategie, Unternehmenskommunikation und den Finanzbereich verantwortlich sein. Teichert gehört seit 17 Jahren zur Geschäftsführung der Lloyd Fonds AG, seit 2001 in der Position des Vorstandsvorsitzenden. Die Verträge von Pinter und Teichert laufen bis zum 30.06.2019.

MS Amlin verstärkt Vertrieb in Deutschland

(ac) MS Amlin Deutschland hat seine Bereiche Vertrieb und Business Development verstärkt: Eva Tkocz ist seit dem 01.07.2017 Leiterin Business Development im Management Team der Amlin Insurance SE Deutschland. Zudem verstärken auch Martina Weisshaar-Olaynig und Helmer Holzschneider den Vertrieb der Amlin Insurance SE in Deutschland. Martina Weisshaar-Olaynig ist als Leiterin des Vertriebsbüros Stuttgart für den Aus- und Aufbau der Maklerkontakte verantwortlich, Helmer Holzschneider ist für die Vertriebsregion Deutschland Mitte zuständig.

Bereits seit 01.04.2017 verantwortet Björn Gehrcken im deutschen Amlin-Büro den Bereich Marine & Aviation. Gehrcken konzentriert sich als Leiter Transport/Lead Class Underwriter auf den deutschen Markt.

PROJECT Real Estate erweitert Vorstand



Jens Müller

(ac) Mit der Ernennung von Jens Müller zum Vorstand Vertrieb hat sich die Vorstandschaft der PROJECT Real Estate AG, der Dachgesellschaft von PROJECT Immobilien, Anfang Juni auf fünf Personen erweitert. Der 49-jährige Diplom-Kaufmann verantwortet seit 01.06.2017 die Führung und Fortentwicklung des Wohn- und Gewerbevertriebes.

Jens Müller blickt auf eine langjährige Erfahrung zurück, unter anderem als Geschäftsführer und Board Member in verschiedenen Finanz- und Immobilienunternehmen wie der Salomon Invest AG und der HSH Real Estate AG. In seiner neuen Position arbeitet Jens Müller im Vorstand der PROJECT Real Estate an der Seite von Michael Weniger (Vorstand Planung und Bau), Henning Niewerth (Vorstand Zentrale Dienstleistungen und IT/Softwareentwicklung), Dr. Matthias Schindler (Vorstand Projektentwicklung) und Karen Rieck (Vorstand Finanzen).

Anzeige

Hallesche
Private Krankenversicherung

Morgen so gut wie heute.

PFLEGETAGEGELD SEHR GUT
HALLESCHER
Krankenversicherung S.G.
OLGAflex

Handelsblatt

In fast 33 Verordnungen
handelsblatt.com - 25.04.2017

Franke | Bamberg

OLGAflex: Pflegevorsorge, die immer passt!

Volle Leistung zum flexiblen Beitrag!

Auch nach der Pflegereform ist OLGAflex die perfekte Lösung in Sachen Pflege. Neben der flexiblen Beitragsgestaltung profitieren Ihre Kunden von Leistungen auf Top-Niveau. Mehr Infos unter www.hallesche.de/vermittler

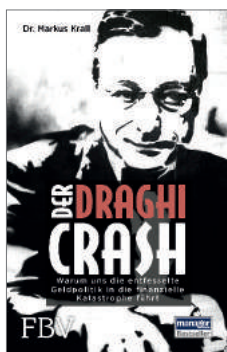




Autor: Ralf Teicher
Verlag: Versicherungswirtschaft
Umfang: 194 Seiten
Preis: 39,00 Euro
ISBN: 978-3-89952-940-1

Honorarberatung aus Sicht von Kunden, Beratern und Produktgebern

Das Thema Honorarberatung ist ein Dauerbrenner im Vertrieb von Versicherungsprodukten. Noch ist sie zwar eine Nische, doch mit der neuen Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD wird laut Ralf Teicher ab 2018 auch für Versicherungsvermittler der Weg in die umfassende Honorarberatung geebnet. In seinem Buch vermittelt er einen umfassenden Blick auf die Honorarberatung als besondere Finanzdienstleistung hauptsächlich aus dem Blickwinkel des Beraters. Es richtet sich insgesamt an alle, die einen verständlichen und umfassenden Überblick über Honorarberatung in Deutschland sowie deren Chancen und Herausforderungen erhalten wollen. Vermittlern gibt Teicher Instrumente und Werkzeuge an die Hand, mit denen sie den Weg in die Honorarberatung einleiten können. Ideen und Impulse aus der Praxis geben Anstöße, diese weiterzuentwickeln und auf die eigene Situation zu übertragen. Das Handbuch arbeitet sämtliche Aspekte kompakt auf. Dabei werden auch die erhöhten Anforderungen an die Kompetenzen der Berater herausgestellt.



Autor: Markus Krall
Verlag: FinanzBuch Verlag
Umfang: 208 Seiten
Preis: 17,99 Euro
ISBN: 978-3-95972-072-4

Der Draghi-Crash

Politik und Geldpolitik in Europa haben sich von den Grundsätzen verabschiedet, die in der Vergangenheit die Garanten des Erfolgs für den Kontinent waren. Finanzexperte Markus Krall zufolge entzieht sich allen voran die Geldpolitik von Mario Draghi als Chef der Europäischen Zentralbank jeglicher Kontrolle. Auf dem Weg der Eurorettung sei sie zur ungebremsten Staatsfinanzierung degeneriert. Am Horizont zeichne sich daher eine monetäre Katastrophe ab, deren Entladung historisch ihresgleichen suchen wird. Die Risiken werden sich laut Krall früher oder später entladen. Ob die Banken Europas und Europa an sich in der heutigen Form dies überleben werden, sei keineswegs sicher. Krall ist nicht irgendwer. Er berät seit über 25 Jahren Banken, Versicherungsunternehmen, aber auch Regierungen und multinationale Organisationen. Die Mehrzahl der deutschen Banken arbeitet mit Kreditrisikosystemen, die unter seiner Führung entwickelt wurden. Mit Sachkunde und Kurzweil führt er im Buch durch die Materie und zeigt, in welchem Tümpel der schwarze Schwan des Crashes umherschwimmt.



Autor: Uwe-Jürgen Günter-von Pritzbuer
Verlag: Haufe Lexware
Umfang: 256 Seiten
Preis: 39,95 Euro
ISBN: 978-3-64809-230-9

Nur vom Feinsten!

Was Verkäufer von der Spitzengastronomie lernen können

Anspruchsvolle Kunden verlangen mehr als nur Standard. Sie wollen von Verkäufern heutzutage einen hochwertigen und hochindividualisierten Verkaufsprozess. Doch wie wird das Käuferlebnis für Premiumkunden zu etwas Besonderem? Der Vertriebsprofi Uwe-Jürgen Günter-von Pritzbuer eröffnet hierzu eine völlig neue Perspektive: Parallelen zur Haute Cuisine. Er zeigt, wie Verkäufer jede Phase des Verkaufsgesprächs so gestalten, dass sich der Kunde fühlt wie der Gast in einem Sterne-Restaurant. Exzellente Köche, Spitzenkellner und Sommeliers machen den Restaurantbesuch zu einem Fest der Sinne. Die Tätigkeiten in der Küche sind dem Autor zufolge mit denen eines Vertriebsauftrags durchaus vergleichbar. Wer seine Vertriebsziele erreichen will, solle sich zum Beispiel wie ein guter Koch an den Gegebenheiten, Rahmenbedingungen und Menschen orientieren – und neben den richtigen Zutaten auch das Mischungsverhältnis, die Gewürze und den Gaumen des Gastes inklusive seiner Erwartungen und sinnlichen Wünsche gut kennen.

Vorbeugen ist die beste Verteidigung gegen Cyber- Attacken.

Helfen Sie Ihren Kunden, ihr Unternehmen mit den ERGO Cyber-Versicherungen vor den Folgen von Cyber-Risiken zu schützen – mehr auf makler.ergo.de



ERGO

Mit dem Versprechen der **ERGO** „Versichern heißt verstehen.“

ERGO  **DKV**  **ERV**

makler.ergo.de

Bain-Studie bescheinigt den gesetzlichen Krankenkassen loyale Kunden

(ac) Unbeirrt von Diskussionen um Zusatzbeiträge bescheinigen die Deutschen den gesetzlichen Krankenversicherungen gute Arbeit. Das ist das Ergebnis der Studie „Kundenloyalität bei Krankenkassen: Jede Interaktion ist eine Chance“ der internationalen Managementberatung Bain & Company. Demnach legte die mit dem Net Promoter® Score (NPS) messbare Loyalität in der Branche um drei Prozentpunkte auf plus 13% zu.

Die Zahl besonders loyaler Kunden überstieg damit deutlich die der Kritiker. Allerdings gibt es teils große Unterschiede zwischen den Anbietern. An der Spitze liegt die Techniker Krankenkasse (TK) mit einem NPS von 43,5%, trotz Einbußen gegenüber der letzten Studie aus dem Jahr 2013. Danach folgt die AOK Plus, die ihren NPS auf 42% mehr als verdoppeln konnte. Rang drei belegt die Knappschaft mit 34,5%. Der Studie zufolge sind derzeit insgesamt 20% der gesetzlich Versicherten wechselbereit. 2013 waren es noch gut 25%.

Kundenbegeisterung durch mehr Interaktion

Ein wesentlicher Auslöser für einen Kassenwechsel ist nach wie vor der Beitragssatz. Die Treiber für Kundenbegeisterung und damit Loyalität zu einer Krankenkasse sind hingegen insbesondere regelmäßige Interaktionen und Innovationen. Auf den Plätzen folgen die Reputation des Anbieters und dessen Leistungen. Erst danach kommt der Preis. Welchen Stellenwert regelmäßige Interaktionen haben, verdeutlicht ein weiteres Studienergebnis: Einem durchschnittlichen NPS von 20,9% bei einem Kontakt in den vergangenen drei Monaten steht ein Wert von -12,6% gegenüber, wenn es mehr als zwei Jahre keine Berührungspunkte gab. Mehr als die Hälfte der Deutschen würde zudem den Aufbau einer zentralen Gesundheitsplattform begrüßen, die sämtliche Informationen bündelt – von Angaben zu Ärzten und Apotheken über Bonusprogramme bis hin zur elektronischen Patientenakte. Nach Überzeugung von rund 70% der Befragten sind die gesetzlichen Krankenkassen dafür die besten Betreiber.

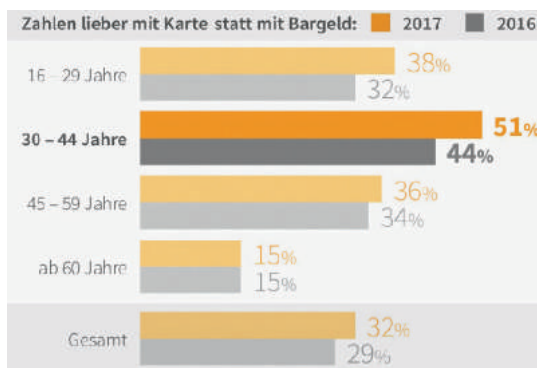
Allensbach-Studie: Bargeldloses Bezahlen wird immer beliebter

(ac) Laut einer repräsentativen Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme e. V. gibt es mit den 30- bis 44-Jährigen in Deutschland nun erstmals eine Altersgruppe, in der die Mehrheit nach eigener Aussage grundsätzlich lieber mit Karte als mit Bargeld bezahlt (51% im Gegensatz zu 44% im Jahr 2016). Weiterhin bezeichnen 38% der noch etwas jüngeren Bürger zwischen 16 und 29 Jahren (2016: 32%) die Karte als ihr bevorzugtes Bezahlmedium. Altersunabhängig besitzen 92% der Bevölkerung nach eigenen Angaben eine girocard. Dabei wächst die Relevanz der Kartenzahlung von Jahr zu Jahr stetig. Zückten 2016 noch 29% lieber die Karte, steigerte sich dieser Wert im Jahr 2017 auf 32%.

Umstellung auf bargeldlosen Alltag fällt Jüngeren leichter

Angesprochen auf ein Leben ohne Bargeld wäre – wenig überraschend – für die jüngeren Befragten eine Umstellung einfacher als für die Generation 60plus. Den 16- bis 29-Jährigen fiel ein Umstieg auf einen rein bargeldlosen Alltag eher leicht bzw. sehr leicht (60%). Ebenfalls bereit sind die Bürger zwischen 30 und 44 Jahren: Hier sagen 58%, dass ihnen die Umstellung sehr leicht oder eher leicht fallen würde.

Kartenzahlung im Aufschwung



Die Studie zeigt: Die Kartenzahlung wird vor allem bei jüngeren Menschen immer beliebter. Quelle: Allensbach-Umfrage zur girocard 06/2017

Die Deutschen ab 60 Jahren, die nach wie vor auf die klassische Barzahlung setzen, fänden eine solche Veränderung schwierig bis sehr schwierig (71%). Der Allensbach-Umfrage zufolge ist die Zurückhaltung gegenüber der Kartenzahlung größtenteils auf althergebrachte Vorbehalte zurückzuführen, die heute nicht mehr gelten. So sind etwa die Schnelligkeit (59%) und die Eignung für das Zahlen kleinerer Beträge (87%) Attribute, die die Befragten derzeit noch eher in Verbindung mit Bargeld bringen. Dies sind aber heutzutage keine Alleinstellungsmerkmale des Bargelds mehr.

Egal was passiert, mit AXA bleiben Ihre Kunden mobil.



Die Kfz-Versicherungen von AXA mit Mobilitätsgarantie leisten mehr!

Bieten auch Sie Ihren Kunden eine umfassende Kfz-Versicherung mit dem Baustein Mobilitätsgarantie. Mit diesem Zusatzbaustein machen wir Ihre Kunden mit einem Ersatzfahrzeug mobil. Gleichzeitig profitieren Ihre Kunden von einer professionellen und zügigen Reparatur in einer unserer DEKRA-geprüften Partner-Werkstätten. Weitere frei wählbare Bausteine runden den starken Schutz unserer Kfz-Versicherungen ab und ermöglichen optimale Flexibilität durch die exklusive Gestaltung des Leistungsumfangs nach den individuellen Bedürfnissen Ihrer Kunden.



Weitere Informationen zu
den Kfz-Versicherungen von
AXA finden Sie unter
www.AXA-Makler.de

Maßstäbe / **neu definiert**



die Bayerische überarbeitet Zahnversicherung und BU-Tarife

(ac) Die Versicherungsgruppe die Bayerische hat die Angebote ihrer Zusatzversicherung Zahn überarbeitet. Entstanden sind komplett neue Tarife nach Art der Schadenversicherung. Erhältlich sind die Varianten Smart, Komfort und Prestige. Der Prestige-Tarif bietet volle Kostenübernahme bei Zahnbehandlung und -ersatz. Die Tarife Prestige und Komfort enthalten außerdem Kieferorthopädie in jedem Alter sowie weitere Maßnahmen zur Schmerzausschaltung wie Akupunktur, Narkose und Hypnose. Professionelle Zahnreinigung ist bei allen drei Versionen jährlich inklusive. Versichern kann sich jeder, dem höchstens drei Zähne fehlen, der keine herausnehmbaren Voll- oder Teilprothesen hat und in den letzten drei Jahren nicht an Parodontose, Parodontitis, Zahnschmelzabbau, -erosion und -anomalie oder an Zahn- und Gebissanomalie oder Kiefererkrankungen litt.

Neueinstufungen bei BU-Tarifen

Zudem hat die Bayerische die Beiträge ihrer Berufsunfähigkeitsversicherung in einigen Bereichen gesenkt. Von der neuen Tarifgeneration profitieren beispielsweise Maschinenbau-Ingenieure, Physiotherapeuten, Elektriker, Zahnarzthelfer, Arzthelfer, Versicherungskaufleute, Metallbauer, Produktionsmechaniker und Zahnärzte. Allen Bestandskunden bis 45 Jahre, die in den vergangenen fünf Jahren eine selbstständige Berufsunfähigkeitsversicherung in den Varianten Smart, Komfort oder Komfort plus abgeschlossen haben, bietet die Bayerische an, ihren BU-Schutz ohne Gesundheitsprüfung zu erhöhen. Die Aktion läuft bis zum 31.10.2017.



Die professionelle Zahnreinigung ist in allen Varianten der neuen Zusatzversicherung Zahn jährlich inklusive.

Württembergische erweitert Leistungen der Privathaftpflicht

(ac) Die Württembergische Versicherung AG hat ihre Privathaftpflichtversicherung (PHV) überarbeitet und drei Produktlinien mit unterschiedlichem Leistungsumfang und Preis im Angebot: die Basisvorsorge, den Komfort- sowie den Premiumschutz. Zum 01.07.2017 hat der Versicherer neue Leistungen ergänzt. So gibt es nun unter anderem eine Neuwertentschädigung bis zu 5.000 Euro für Gegenstände, die nicht älter als zwei Jahre sind. Beschädigt ein Versicherter unabsichtlich beispielsweise den Fernseher eines Nachbarn, zahlt die Versicherung dem Geschädigten auf Wunsch des Schadenverursachers den Neuwert anstelle des gesetzlich üblichen Zeitwerts.

Schäden beim Beladen und durch falsche Tankfüllung beim Leihwagen

Die Leistungen der Privathaftpflicht umfassen nun auch Schäden bis 5.000 Euro, die einem Dritten entstehen, wenn der Versicherte sein Fahrzeug be- oder entlädt. Der Schadenverursacher kann sich an seine private Haftpflicht wenden und braucht nicht die Autoversicherung einzuschalten, kann sich also den Schadenfreiheitsrabatt in der Kfz-Haftpflicht erhalten und eine Rückstufung vermeiden.

Abgesichert bis zu 5.000 Euro sind Kunden der Württembergische nun zudem auch für den Fall, dass sie ein geliehenes oder gemietetes Fahrzeug falsch betanken. Die Versicherung kommt für Kosten für das Auspumpen des Tanks, das Reinigen der Leitungen und mögliche Folgeschäden auf. Neu ist außerdem die Übernahme des Schadenfreiheitsrabatts in der Kfz-Haftpflicht und -Vollkaskoversicherung, wenn der Versicherte mit einem fremden Fahrzeug einen Unfall verursacht und einem Dritten einen Schaden zugefügt hat. Hier besteht Versicherungsschutz bis zu 5.000 Euro.

Viridium schließt Übernahme des Betriebs von Protektor ab

(ac) Wie die Viridium Gruppe mitteilt, hat sie nun den Erwerb des Lebensversicherungsbetriebs der Protektor Lebensversicherungs-AG abgeschlossen. Der Protektor-Bestand umfasst knapp 100.000 Verträge und ein verwaltetes Vermögen von etwa 1,8 Mrd. Euro. Zu Viridium als Spezialist für das Management von Lebensversicherungsbeständen gehören damit nun drei operativ tätige Versicherungsunternehmen: neben dem Protektor-Bestand die Heidelberger Lebensversicherung und Skandia Deutschland. Außerdem betreut die Gruppe rund 93.000 Verträge im Auftrag von Scottish Widows. Nach eigenen Angaben verwaltet Viridium nun insgesamt fast eine Million Versicherungsverträge und ein Vermögen von rund 15 Mrd. Euro.

Kontinuität für Versicherungsnehmer gewahrt

Dr. Heinz-Peter Roß, Vorstandsvorsitzender der Viridium Gruppe, erklärt: „Mir ist wichtig hervorzuheben, dass alle Belange der Versicherungsnehmer nachhaltig gewahrt bleiben und dass Kontinuität sichergestellt ist.“ Die Versicherungsnehmer müssten infolge der Übertragung ihrer

Versicherungen an Viridium nichts weiter unternehmen. Kontinuität besteht Viridium zufolge für die Kunden auch bei den direkten Ansprechpartnern. Denn die Beschäftigten des Lebensversicherungsbetriebs von Protektor werden übernommen und betreuen auch weiterhin die Verträge im Bestand.

Protektor wird zu Entis

Viridium hat zudem mitgeteilt, dass die übernommene Gesellschaft, auf die der Protektor-Bestand ausgegliedert wurde, künftig als „Entis Lebensversicherung AG“ firmiert und am Standort Mannheim bleibt. Als Vorstandsvorsitzender von Entis fungiert Michael Sattler, dem im Vorstand der Viridium Gruppe die Verantwortung für das Finanzressort obliegt und der auch Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Leben und von Skandia Deutschland ist. Dem Vorstand der Entis Lebensversicherung AG gehören außerdem der bisherige Protektor-Vorstand Rudolf Geburtig an sowie Falko Loy und Markus Deimel, die wie Michael Sattler im Vorstand der Viridium Gruppe sind.

Anzeige

Immer auf dem neuesten Stand – die Online-Branchen-Informationen von AssCompact

TAGESAKTUELL



» AssCompact Newsletter

bringt die Neuigkeiten der Branche direkt auf Ihren Bildschirm.



» www.asscompact.de

versorgt Sie mit aktuellen Meldungen, Terminen und Jobangeboten.



» AssCompact TV

liefert Ihnen wertvolles Beratungs- und Spartenwissen in verschiedenen TV Thementagen.

2. PLATZ

Wochenkontakt 20%
Online, 37 € pro Woche

In der Zielgruppe Newsletter- und Printmedien

HOHE
REICHWEITE

090016 YouDirect

3. PLATZ

bei 20% im Print- und Online

unter 2 engpass Newsletter- und Printmedien

HOHE
RELEVANZ

090016 YouDirect

» Nutzen Sie dieses praxisorientierte Informationsangebot für Ihren Erfolg!

Sie finden uns auch bei:



AssCompact



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

Wir sind NÜRNBERGER.

Wir sind FairÄnderer.

Wir sind auf der DKM für Sie da.

Zeit für FairÄnderung: Bei der NÜRNBERGER Versicherung ist vieles in Bewegung.

Wir entwickeln uns weiter, um Kunden und Vertriebspartnern besseren Service zu bieten.

Sprechen wir darüber – auf der DKM.

Zum Beispiel über unser einzigartiges Betreuungsmodell mit 2 Vertriebsleitern für die Bereiche Personen- und Schadensversicherung. Oder die vielfältigen Vorteile der NÜRNBERGER BiPro-Schnittstelle. Unsere Vertriebsleiter und Spezialisten wie Annett Knerich und Roman Goedeke stehen Ihnen gerne Rede und Antwort.

Weitere Infos: www.fairantworten.info



Annett Knerich,
Systemtrainerin M/MGA



Roman Goedeke,
Spezialist Lebensversicherung M/MGA

NÜRNBERGER bringt Bündelprodukt für Messeaussteller

(ac) Die neue Aussteller-Versicherung der NÜRNBERGER Versicherungsgruppe richtet sich besonders an kleine und mittelständische Unternehmen, die mit ihren Ausstellerständen unterwegs sind, sei es auf Endverbraucher- und Fachmessen, Kongressen und Tagungen, kommunalen Gewerbeschauen, aber auch auf Gartenmärkten und Straßenfesten sowie auf Sportveranstaltungen und Turnieren. Insgesamt fünf Sparten, die man bisher einzeln versichern musste, werden hier nun mit einem Produkt abgedeckt: Ausstellerhaftpflicht, Ausstellungs-, Transport- und Veranstaltungsausfallversicherung sowie Gruppenunfallversicherung für Mitarbeiter. Für Sachwerte gilt die Allgefahrendeckung, selbst bei Vandalismus. Der Hin- und Rücktransport von Waren zur Messe ist bis zur Höhe der gewählten Sachwerte mitversichert. Und wird die Veranstaltung plötzlich abgebrochen, erhält der Standbetreiber bis zu 20.000 Euro Ausfallkosten.

Drei Prämienhöhen möglich

Die Höhe der Prämie richtet sich nach der Dauer der Veranstaltung, den Sachwerten und der Personenzahl. Auch die Höhe der Ausfallkosten und die Standgröße spielen hier eine Rolle. So kann der Kunde aus drei Tarifen wählen: 99, 259 oder 469 Euro. Veranstaltungen werden abgesichert mit einer Höchstdauer von 16 Tagen und einer Maximalsumme bei Sachwerten bzw. bei Invalidität (Unfall) von jeweils 50.000 Euro. Will der Standbetreiber ein sogenanntes „Tresor-Gewinnspiel“ für seine Besucher anbieten, kann der Gewinnwert bis 5.000 Euro zusätzlich abgesichert werden.

Stuttgarter: Unfallvorsorge für junge Kunden

(ac) Die Stuttgarter Versicherung AG bietet seit Juli 2017 ihre neue Unfallvorsorge „aktiv“ an. Das Produkt richtet sich vor allem an Singles, Paare und Unternehmer zwischen 18 und 40 Jahren. Die drei Produktlinien Basis, Komfort und Premium bestimmen den Leistungsumfang. Darüber hinaus gibt es drei frei wählbare Gliedertaxen.

Zahlreiche Zusatz- und Ausbauleistungen wählbar

Als Grundleistungen bietet die Unfallvorsorge „aktiv“ eine Kapalleistung bei Invalidität, eine lebenslange Unfall-Rente zum Einkommensschutz und eine Hinterbliebenenvorsorge im Todesfall. Mit Zusatzleistungen wie zum Beispiel dem Unfall-Krankenhaustagegeld oder der Übernahme von Heilkosten erhalten Kunden finanziellen Spielraum. Als Ausbauleistungen können Kunden beispielsweise die Kosten für kosmetische Operationen oder ein Reha-Management einschließen.

Vermittler profitieren vom einfachen Antrag und Abschluss. Auch langwierige Auskünfte zur Gesundheit entfallen. Kunden müssen nur zwei Gesundheitsfragen mit ja oder nein beantworten. Und der Versicherer stellt keine Fragen nach Vorversicherern.

Continentrale erweitert Angebot um kapitaleffiziente Klassik

(ac) Die Continentale Lebensversicherung hat zum 01.09.2017 ihre Produktpalette ergänzt: Um die Continentale Rente Classic Pro und Continentale Rente Classic Balance. Der Kunde legt hier erst zu Rentenbeginn fest, in welchem Rhythmus er seine Rente erhalten möchte, ob er eine Kapitalauszahlung wünscht oder wer im Fall seines Todes das Geld erhalten soll. Beide Varianten stehen als private Rente, als Basisrente sowie als Direktversicherung und Pensionszusage in der bAV zur Verfügung.

Sowohl bei der Continentale Rente Classic Pro als auch der Classic Balance profitiert der Kunde während der Ansparphase von der Anlage seiner Beiträge im bestehenden Sicherungsvermögen des Versicherers. Zum vereinbarten Rentenbeginn stehen mindestens 100% der ursprünglich vereinbarten Altersvorsorgebeiträge als Mindestkapitalwert zur Verfügung. Diese Garantie gilt auch für Sonderzahlungen, individuelle Erhöhungen und Nachversicherungen.

„Günstiger-Prüfung“

Die Rente Classic Balance sieht eine zusätzliche „Günstiger-Prüfung“ vor. Dabei vergleicht die Continentale beim Verrentungskapital, welche Rechnungsgrundlagen sich vorteilhafter auf die Rente auswirken: die vom Vertragsbeginn oder die zum Rentenbeginn. Der Versicherte erhält immer die höhere Rente, mindestens auch hier die garantierte Mindestrente.

Care-Concept-Absicherung für Studienaufenthalte in den USA

(ac) Die Care Concept AG aus Bonn bietet als Spezialist für internationale Krankenversicherungen mit ihrem neuen „Care College USA“ ein Produkt an, das die Anforderungen aller US-Universitäten erfüllt und von diesen als Ersatz für die universitätseigene Krankenversicherung akzeptiert wird.

Die Versicherung kann für Aufenthalte in den USA, Kanada und Mexiko abgeschlossen werden, gilt aber gleichzeitig weltweit. Der primäre Zweck des Aufenthalts muss zwingend eine Bildungsmaßnahme, „Work & Travel“ oder ein „Working Holiday“ sein. Versicherbar sind nach erfolgreicher Gesundheitsprüfung mittels Online-Fragebogen Deutsche und Österreicher bis 35 Jahre für eine Dauer zwischen einem Monat und vier Jahren. Die monatliche Prämie beträgt aufgrund des großen Spektrums abgedeckter Leistungen und der hohen Gesundheitskosten in den USA 97 Euro.

Frachtführerhaftpflicht der Basler mit Leistungs-Update-Garantie

(ac) Die Basler Versicherungen sind seit Juli 2017 mit einer aktualisierten Frachtführerhaftpflichtversicherung am Markt. Enthalten ist nun unter anderem eine Leistungs-Update-Garantie. Werden die Versicherungsbedingungen der Basler zukünftig verbessert, gelten diese Verbesserungen automatisch für den zu jetzigen Bedingungen abgeschlossenen Vertrag. Wird Versicherungsschutz für Schäden an fremden Ladungseinheiten benötigt, so steht ab sofort eine Deckungssumme bis zu 50.000 Euro je Schaden zur Verfügung. Bei Bedarf kann auch eine Pakethaftung bis 520 Euro je Paket in den Versicherungsschutz aufgenommen werden.

SicherheitsPLUS-Bausteine für besondere Bedürfnisse

Für besondere Bedürfnisse kann der Kunde individuelle Leistungen abschließen – die sogenannten SicherheitsPLUS-Bausteine. Mit dem Carrier Unfallschutz übernimmt die Basler zum Beispiel die Kosten für das Abschleppen und die Miete für ein gleichwertiges Ersatzfahrzeug. Darüber hinaus werden die Übernachtungs- und Rückreisekosten des Fahrers erstattet sowie bei besonders schweren Unfällen auch die Kosten für eine psychologische Betreuung ersetzt.

Anzeige




ALTE LEIPZIGER
ZUKUNFT BEGINNT HEUTE.

FLEXABEL

Klassik

Fonds

Hier sitzen Ihre Kunden am Regler und sparen mit unserer Basisrente kräftig Steuern!

Klassik oder Fonds? Mit der Basisrente AL_RENTE^{Flex} mischen die Kunden ihren eigenen Anlagemix.

MetallRente punktet mit Top-Angeboten für Beschäftigte der IT-Branche

Das Angebot der MetallRente im Bereich der Arbeitskraftabsicherung (AKS) ist auch für Beschäftigte der IT-Branche hoch attraktiv. Insbesondere das Produkt MetallRente.BU überzeugt mit Top-Konditionen, was die Absicherung der zuletzt ausgeübten Tätigkeit angeht.

Wenn es um das Thema Berufsunfähigkeit (BU) geht, fühlen sich Beschäftigte in der IT-Branche sicher, davon nicht betroffen zu sein. Schließlich ist die Unfallgefahr in ihrer Branche nicht so hoch wie beispielsweise auf einer Baustelle oder auf einem Werksgelände. Doch das ist eine trügerische und falsche Einschätzung, denn nur knapp 14% der Fälle, die zu einem vorzeitigen Arbeitsende führen, gehen auf einen Unfall zurück. Der weitaus größere Teil, der zu Berufsunfähigkeit führt, hat mit rund 40% psychische Leiden oder Krebs als Ursache.

Da die gesetzliche Absicherung Berufsunfähige aber kaum auffängt, haben die Sozialpartner unterschiedlicher Branchen gehandelt: So bietet das Versorgungswerk MetallRente mit seinen Produkten MetallRente.BU und MetallRente.EMI den Mitgliedern die Möglichkeit, das Einkommen aus der zuletzt ausgeübten Tätigkeit bedarfsgerecht abzusichern – und das zu unschlagbar günstigen Konditionen.

MetallRente – Konsortiale Versorgungslösungen für mehr als 10 Millionen Menschen

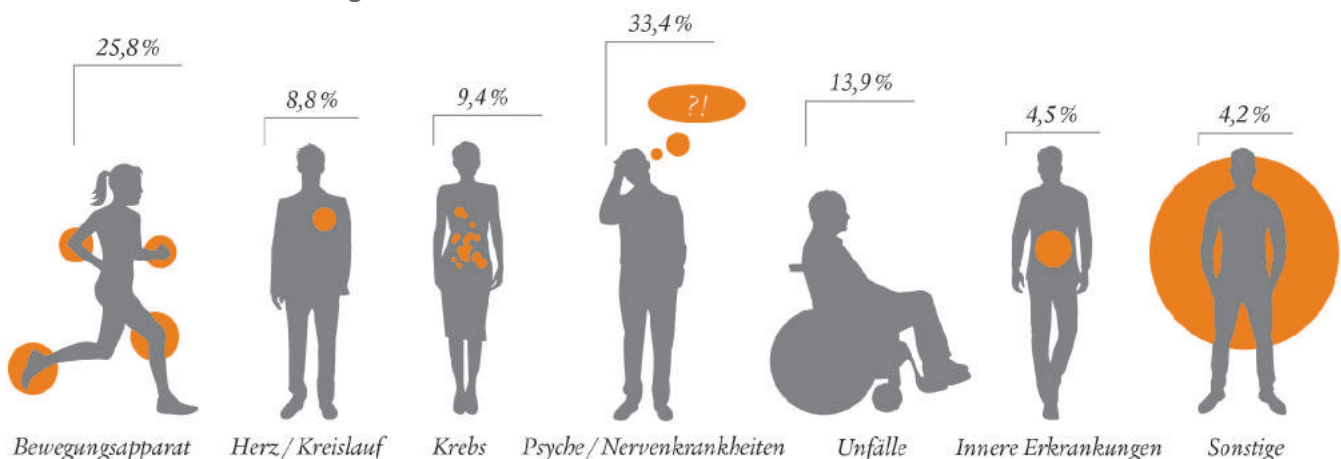
Das Versorgungswerk MetallRente bietet den Beschäftigten der angeschlossenen Branchen viele Vorteile, allen voran hohe Sicherheit und langfristige Stabilität für ihre persönliche Altersvorsorge. Die Lösungen von MetallRente stehen über 10 Millionen Menschen offen, da neben den direkt Beschäftigten der angeschlossenen Branchen auch deren Kinder, Ehe- oder Lebenspartner versorgungsbe-

Highlights der MetallRente.BU – Rundum-Schutz bei Berufsunfähigkeit

- Option Arbeitsunfähigkeitsrente (AU): wird bis zu zwei Jahre lang gezahlt, sobald der Versicherte mindestens vier Monate lang krankgeschrieben war und die Arbeitsunfähigkeit noch mindestens zwei weitere Monate andauert. Um die AU-Rente zu erhalten, muss keine Berufsunfähigkeit vorliegen.
- Option Absicherung gegen schwere Krankheiten: einmalige Kapitalleistung in Höhe einer 12-, 24- oder 36-fachen BU-Monatsrente.
- Schüler-BU: Eltern können ihre Kinder jetzt bereits ab einem Alter von zehn Jahren versichern. Azubis und Studenten können sich über die Tarifvarianten MetallRente.BU 4U frühzeitig zu besonders attraktiven Konditionen bei gleichzeitig vollem Versicherungsschutz absichern.
- Wiedereingliederungshilfe: einmalig sechs Monatsrenten mit einer maximalen Summe von 12.000 Euro, sobald die BU aufgrund neu erworbener beruflicher Kenntnisse und Fähigkeiten beendet ist.

rechtigt sind. Eine Besonderheit, die das Versorgungswerk auszeichnet, liegt in der Definition, wer die Angebote nutzen kann: So entscheidet nicht der konkret ausgeübte Beruf darüber, ob man sich versichern kann, sondern allein die Branchenzugehörigkeit. Neben der Metall- und Elektroindustrie haben sich MetallRente auch die Stahl-, Holz-, Kunststoff- und Textilindustrie sowie die zugehörigen Handwerksbranchen angeschlossen.

Ursachen für die Berufsunfähigkeit



Quelle: Bestand der Swiss Life Leistungsfälle, Stand: 11.12.2015



Auch die IT-Branche hat sich der MetallRente angeschlossen.

Quelle: MetallRente

MetallRente – ist auch IT-Branche

Eine weitere Branche, die sich der MetallRente angeschlossen hat, ist die IT-Branche. Mit etwa einer Million Beschäftigten ist die IT-Branche der zweitgrößte industrielle Arbeitgeber in Deutschland und weiter auf Wachstumskurs: Jährlich kommen rund 20.000 neue Arbeitsplätze in diesem Bereich hinzu. Die hohe Vielfalt der Berufsbilder und Entwicklungsmöglichkeiten zeichnet die IT-Branche dabei besonders aus und macht sie für Berufstätige interessant. Dazu zählen die Softwarebranche, Systemhäuser und klassische IT-Dienstleister ebenso wie die Telekommunikationsbranche und die Unterhaltungsindustrie. Der durchschnittliche monatliche Bruttoverdienst liegt bei rund 4.600 Euro. Das macht die IT-Branche zu einer interessanten Zielgruppe für Vermittler, zumal hier auch noch sehr viele junge Menschen tätig sind, die noch nicht über eine Absicherung ihrer Arbeitskraft verfügen.

MetallRente – Vorteil Branchenlösung

Das Versorgungswerk MetallRente bietet Beschäftigten der angeschlossenen Branchen viele Vorteile, allen voran hohe Sicherheit und langfristige Stabilität für ihre persönliche Altersvorsorge und Arbeitskraftabsicherung. Für

dieses Ziel wird die MetallRente von einem Verbund aus kapitalstarken Versicherungskonzernen getragen, die gemeinsam für die Versorgungsleistungen eintreten und sich durch eine hohe Produktqualität auszeichnen. So arbeitet MetallRente im Bereich der Arbeitskraftabsicherung (AKS) mit einem Konsortium aus führenden Versicherungsunternehmen, bestehend aus Swiss Life, Allianz, Ergo und R+V zusammen. Swiss Life ist Konsortialführerin bei den privaten Angeboten zur Absicherung gegen Berufsunfähigkeit (MetallRente.BU) und Erwerbsminderung (MetallRente.EMI) sowie seit April 2017 zusätzlich bei der MetallRente.Pflege. Die MetallRente bietet ihren Beschäftigten ausschließlich ausgezeichnete Produkte an. Die Vorsorgelösungen der Arbeitskraftabsicherung zum Beispiel sind seit der Einführung ausschließlich mit sehr guten bis hervorragenden Noten von unterschiedlichsten Ratingagenturen bewertet worden.

Fazit: MetallRente bietet eine eigens auf ihre Branchenmitglieder zugeschnittene Berufsunfähigkeitsversicherung, mit der das Einkommen aus der zuletzt ausgeübten Tätigkeit bedarfsgerecht abgesichert werden kann. Neben unschlagbar günstigen Konditionen punktet die Produktlösung MetallRente.BU vor allem durch besonders vielfältige Zusatzoptionen, um den Schutz so individuell wie möglich anpassen zu können.

Weitere Informationen zu den Produkten von MetallRente und speziell zur MetallRente.BU finden Sie unter www.metallrente.de.

Öffentliche Versicherung Braunschweig baut Firmenkundenangebot aus

(ac) Die Öffentliche Versicherung Braunschweig hat ihr Angebot zur Absicherung von Firmenkunden ausgebaut. Zudem erhalten Kundenberater eigenständige digitale Antrags- und Beratungsbausteine für eine bedarfsgerechte Beratung. Mit der Beantwortung von fünf Fragen zur Bewertung des Risikos wird für den Versicherungsnehmer im Rahmen eines persönlichen Beratungsgesprächs mit seinem Vertriebspartner vor Ort eine angemessene Versicherungsprämie ermittelt. Anschließend kann der gewünschte Versicherungsschutz voll digital übermittelt werden. Insgesamt deckt der neue Antragsbaustein die acht Produkte für Firmenkunden in einem einzigen Prozess ab.

Maßgeschneiderte Branchenpakete

Neben zahlreichen Neuerungen in den Sparten der Betriebspflichtversicherung, der Geschäftsversicherung mit Ertragsausfall, der Elektronikversicherung und der Gebäudeversicherung bietet die Öffentliche Versicherung Braunschweig auch eine Gebäudetechnik-Spezial-Versicherung, die Sachschäden – zum Beispiel an einer Heizungsanlage – auch bei Bedienfehlern, Ungeschicklichkeit oder Vorsatz Dritter erstattet. Maßgeschneiderte Pakete für die Branchen „Handel & Handwerk“, „Freizeit & Wellness“, für Gastro-Betriebe sowie Heil- und Nebenberufenden das aktualisierte Angebot der Braunschweiger ab. Für Handwerksbetriebe gibt es beispielsweise die „Außenversicherung auf Baustellen“, die Maschinen, Werkzeuge und Materialien gegen Feuer, Leitungswasser, Sturm und Diebstahl absichert. Gastronomiebetriebe profitieren von der optionalen Absicherung einer „Betriebschließung durch behördliche Anordnung bei Auftreten meldepflichtiger Krankheitserreger“ für maximal 30 Schließungstage.



Sachschäden an einer Heizungsanlage sind auch bei Bedienfehlern abgesichert.

Janitos Unfall-O-Mat hilft bei Unfalltarif-Auswahl

(ac) Der neu entwickelte Unfall-O-Mat aus dem Haus der Janitos hilft Maklern bei der Auswahl der geeigneten Unfallversicherung für den Kunden. Nach der Angabe von Geburtsdatum und Beruf fragt der Unfall-O-Mat kurz und knapp die Kundenbedürfnisse ab: Präferenzen hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses? Eine hohe Entschädigung auch bei kleinen Unfällen oder nur nach dem schlimmsten Unfall? Soll die berufliche Tätigkeit bei der Bewertung der Gesundheitsschäden berücksichtigt werden? Ergebnis ist nach wenigen Klicks ein individueller Tarifvorschlag. Bei Bedarf sind alle Parameter veränderbar und weitere Leistungsbausteine können manuell ergänzt werden.

Die unverbindliche Prämienberechnung inklusive Download von Prämienauskunft, Leistungsübersichten und Bedingungen werden Interessenten ohne die Angabe weiterer persönlicher Daten zur Verfügung gestellt. Erst danach werden alle für den Abschluss notwendigen Daten zur Person und Gesundheit eingegeben. Wenige Tage später hat der Kunde seine Police in der Post. Den Unfall-O-Mat findet man unter www.unfall-o-mat.de.

InterRisk bringt neue Risikotarife

(ac) Die InterRisk Lebensversicherungs-AG Vienna Insurance Group hat neue Risikotarife eingeführt. Alle unverheirateten minderjährigen Kinder sowie Adoptivkinder sind in der neuen Tarifgeneration beitragsneutral und ohne Gesundheitsprüfung in den Versicherungsschutz integriert. Je Kind besteht nach einer sehr kurzen Wartezeit von sechs Monaten – je nach versichertem Leistungskonzept – Versicherungsschutz bis zu einer Höhe von 3.000 Euro.

Neukunden der InterRisk profitieren zusätzlich von niedrigen Beiträgen – für die neue Tarifgeneration wurde der Sofortrabatt für Nichtraucher auf 60% und für Raucher auf 65% festgelegt. Die neuen Risikotarife sind seitens der InterRisk auch für alle bekannten Vergleichsrechner freigeschaltet worden.

SIGNAL IDUNA: Fusion der Krankenversicherer

(ac) Die SIGNAL Krankenversicherung a. G. und der Deutscher Ring Krankenversicherungsverein a. G. sind zur SIGNAL IDUNA Krankenversicherung a. G. verschmolzen worden. Die BaFin hat der Verschmelzung Anfang August zugestimmt. Vorher gaben die Gremien der Gesellschaften einstimmig grünes Licht für die Fusion. Mit der nun erfolgten Handelsregistereintragung ist die Verschmelzung rechtskräftig.

Die Marke Deutscher Ring Krankenversicherung bleibt Unternehmensangaben zufolge erhalten, der Versicherungsschutz für die Kunden bleibt unverändert und auch die Arbeitsverhältnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bleiben inhaltlich unverändert und werden von der SIGNAL IDUNA Krankenversicherung a. G. fortgeführt.

AGER will Aegon Ireland übernehmen

(ac) AGER Bermuda Holding Ltd. (AGER), die Gesellschafterin der europäischen Konzerngesellschaften der Athene Holding Ltd., will den irischen Versicherer Aegon Ireland plc übernehmen. Die Gegenleistung für die Transaktion beläuft sich Unternehmensangaben zufolge auf etwa 81% der Eigenmittel von Aegon Ireland zum Closing. Das Eigenkapital von Aegon Ireland gemäß Solvency II betrug am 30.06.2017 ca. 200 Mio. Britische Pfund (260 Mio. US-Dollar). Die Transaktion soll vorbehaltlich der behördlichen Genehmigungen im ersten Quartal 2018 vollzogen werden.

AGER hat im Rahmen einer Privatplatzierung von Stammaktien verbindliche Kapitalzusagen erhalten. Eine Reihe von internationalen institutionellen Investoren einschließlich Athene und Apollo Global Management, LLC, haben Stammaktien im Wert von ungefähr 2,2 Mrd. Euro gezeichnet. Ziel der Kapitalerhöhung ist es, Kapital- und Rückversicherungstransaktionen im europäischen Markt für Kapitallebensversicherungen zu ermöglichen. AGER will Mittel aus diesen Kapitalzusagen vor dem Abschluss der Aegon-Ireland-Transaktion in Anspruch nehmen. Infolge der Transaktion wird AGER aus Athene dekonsolidiert. Athene soll ein großer Minderheitsgesellschafter von AGER bleiben und ein bevorzugter Rückversicherer für die Spread-Risiken von AGER sein.

Anzeige



Weil die Familie an erster Stelle steht.

Die XXL-Unfallversicherung der InterRisk. Das Original.

- ▶ Keine Beschränkungen bei Eintritts- und Endalter
- ▶ Über 50 beitragsfreie Reha-/Pflege- und Hilfeleistungen
- ▶ Einseitiges tägliches Kündigungsrecht für Versicherungsnehmer



Informieren Sie sich jetzt! 

Wir beraten Sie gerne ausführlich
unter der 0611 27 87-381
oder www.interrisk.de

InterRisk 
VIENNA INSURANCE GROUP

AXA will digitaler Vorreiter sein – Für Makler und Kunden

Interview mit Thomas Primnitz, Leiter Maklervertrieb Komposit, und
Christian Pape, Leiter Maklervertrieb Kranken & Leben bei AXA Deutschland

Die Digitalisierung steht im AXA Konzern oben auf der Agenda. Zahlreiche Maßnahmen zielen darauf ab, dem „hybriden Makler“ entsprechende Unterstützung in der heute geforderten Kundenkommunikation zu geben. Was den Digitalisierungsgrad angeht, strebt AXA eine Position als Top-3-Maklerversicherer an.

Die Zukunft gehört dem hybriden Makler, so weit ist sich die Branche einig. Wie sieht der hybride Makler aber in der Praxis eigentlich aus?

Christian Pape Der hybride Makler ist der, der Kundenbedürfnisse souverän auf dem Kanal erfüllt, den der Kunde aktiv ansteuert. Es geht darum, dass Makler im Sinne der Kundenorientierung die Möglichkeiten ausschöpfen, die heute schon existieren. Es gibt bereits heute unzählige Möglichkeiten: Skype-Konferenz mit Videoberatung, WhatsApp oder auch Facebook. Was spricht dagegen, das für die Beratung und Kontaktpflege zu nutzen?

Thomas Primnitz Was man nicht verkennen darf bei aller Digitalisierung: In manchen Situationen ist einfach der persönliche Kontakt der Entscheidende. Das ist ja auch der Grund, warum wir auf Maklermessen wie der DKM weiterhin auf den persönlichen Dialog setzen. Der persönliche Dialog punktet weiterhin gerade bei hochkomplexen Anliegen. Und hinten raus geht es um eine schnelle und digitale Abwicklung des Prozesses.

Welche Rolle spielt dabei, dass der Hype um digitale Makler zu Ende scheint und erste Erfahrungen zeigen, dass deren Geschäftsmodelle nicht zwingend funktionieren müssen?

CP Wir haben InsurTechs extrem viel zu verdanken, denn sie haben uns den Blick für etwas Neues geöffnet. Wenn man Technologieevolutionen betrachtet, dann sind die, die zuerst kommen, nicht zwingend die, die bleiben. Und so ist es vermutlich auch in dieser Phase. Wir konnten unglaublich viel lernen und werden den Weg weitergehen, denn wir haben ver-

standen: Der Endkunde wünscht sich eine neue Ansprache und honoriert das auch.

TP Die Branche wurde unsanft wachgerüttelt. Die Aufmerksamkeit für das Thema ist nun definitiv da und bleibt auch. Ansätze wie das konsequente Besetzen der Kundenschnittstelle behalten ihre Berechtigung.

CP Als ich 2006 in die Assekuranz ging, fragten mich Kommilitonen verwundert: Warum gehst du in die Assekuranz? Wenn ich mich heute mit Freunden zum Essen treffe, kommt viel Zuspruch. Wir sind auch für die junge Generation zu einer spannenden Branche geworden, die sich wirklich auf den Kunden ausrichtet und die das Thema Digitalisierung ernst nimmt. Es hat sich viel bewegt. Versicherung ist jetzt spannender und innovativer, als sie es in den letzten 20 Jahren war, und es macht zugleich unglaublich Spaß, ein Teil davon zu sein und gestalten zu können.

Wie weit sind Sie denn im Maklervertrieb mit Ihrer Digitalisierungsoffensive?

CP Das Thema Digitalisierung steht bei uns ganz oben auf der Agenda. Ich bin sehr stolz auf die Erfolge, die wir als AXA vorweisen können. So konnten wir im April zum vierten Mal in Folge den BiPRO-Award entgegennehmen. Zeit zum Ausruhen gibt es aber nicht, denn das volle Potenzial der Digitalisierung ist im Maklervertrieb längst noch nicht ausgeschöpft. Ich bin sehr zuversichtlich: Wir haben die finanziellen Ressourcen, wir haben weltweite Expertise, wir haben die richtigen Köpfe und sind zugleich dazu bereit, von anderen zu lernen –

„Als Vollsortimenter haben wir stets die komplette Prozesskette im Blick. Das ist einerseits ein starkes Argument auf Kundenseite, gleichzeitig aber auch eine Herausforderung bei der Einlösung unserer eigenen hohen Ansprüche.“

Thomas Primnitz





„Es gibt bereits heute unzählige Möglichkeiten: Skype-Konferenz mit Videoberatung, WhatsApp oder auch Facebook. Was spricht dagegen, das für die Beratung und Kontaktpflege zu nutzen?“

Christian Pape

das macht uns im Bereich der Digitalisierung nachhaltig zum Top-3-Maklerversicherer.

TP Als Vollsortimenter haben wir stets die komplette Prozesskette im Blick. Das ist einerseits ein starkes Argument auf Kundenseite, gleichzeitig aber auch eine Herausforderung bei der Einlösung unserer eigenen hohen Ansprüche. Bei den TAA-Prozessen – also Tarifierung, Antrag, Angebot – sind wir besonders stark. Bei Policierung und Übermittlung der Policenkopie arbeiten wir derzeit mit der gleichen Konsequenz an der Optimierung der Prozesse. Unser Ziel: Über alle Prozessschritte und über alle Produkte hinweg wollen wir ein einheitlich gutes und schnelles Serviceerlebnis bieten.

CP Und um deutlich flexibler und schneller bei der Bespielung der Schnittstellen zu werden, hat AXA in den letzten Jahren kräftig in die IT-Landschaft und vor allem in die Bestands- und Schadensysteme von Komposit und Leben investiert.

Seit rund einem Jahr arbeiten Sie im Gewerbegebiet mit ASSFINET Acturis Deutschland zusammen und haben in der Kooperation die Plattform Profi-Speed ins Leben gerufen. Erfährt das Tool die gewünschte Akzeptanz?

TP Profi-Speed ist eine wegweisende Plattform in der digitalen Abwicklung von Gewerbegebiet. Sie bietet dem Makler eine medienbruchfreie und vor allem sehr schnelle Kommunikation mit dem Underwriter, wodurch die Resonanz von Beginn an bereits sehr positiv war. Die Herausforderung ist es, diese neue Plattform noch tiefer in die Prozesskette des Maklers einzubinden. Profi-Speed soll sich perspektivisch zu einer Vergleichsplattform mit Abschlussmöglichkeit entwickeln.

Inwieweit entscheidet denn die digitale Anbindung mittlerweile darüber, für welchen Versicherer sich ein Versicherungsmakler in der Beratung und der anschließenden Produktauswahl entscheidet?

TP Gerade im Retailbereich, der stark standardisiert ist, werden wir Kunden zunehmend über Prozesse gewinnen. Produkte gleichen sich künftig immer mehr an. Ein guter und digitaler Prozess hingegen ist zwingende Voraussetzung, damit der Makler Geschäfte auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten gut abwickeln kann. Natürlich sollte man sich bei Produkt und Preis unter den Top 5 bewegen. Und dann

geht es darum, wer die Kirsche obendrauf legen kann: Ein guter Prozess sorgt für schnellen und effizienten Service, und da besteht auch ganz klar eine Nachfrage.

CP Der Kostendruck hat sowohl für Versicherer als auch für Makler in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen. Der Druck auf die Courtage steigt. Deshalb wird es für Makler immer wichtiger, dass sie mit Versicherern zusammenarbeiten, bei denen sie möglichst schlank Anträge übermitteln können und diese auch möglichst schnell bearbeitet zurückerhalten. Ziel ist es, dass sich der Vermittler mehr auf Beratung und Verkauf konzentrieren kann und der oft als lähmend empfundene Verwaltungs- oder Organisationsaufwand deutlich zurückgeht. Wir wollen Makler durch schlanke Prozesse entlasten. Es braucht aber auch ein Umdenken und die Bereitschaft, neue Angebote wie Profi-Speed zu testen. Oft scheint der eingefahrene Weg der bequemere zu sein, langfristig ist er es nicht.

Sie müssen sich parallel zur Maklerkommunikation auch mit den neuesten Entwicklungen rund um künstliche Intelligenz oder digitale Sprachassistenten beschäftigen. Sehen Sie in Summe eine Gefahr für den klassischen Makler?

TP AXA beschäftigt sich intensiv mit den zahlreichen Einsatzmöglichkeiten, die künstliche Intelligenz bietet. Zugleich stehen wir aber noch am Anfang. Worum geht es konkret? Es geht um die Automatisierung hochstandardisierter Prozesse. Das schafft neue Freiräume zur Erfüllung von Kundenbedürfnissen. Was ist in absehbarer Zeit möglich? Ein Beispiel wäre die Automatisierung einzelner Schritte in der Schadenbearbeitung durch intelligente Bilderkennung, sodass Bearbeitungszeiten im Sinne der konsequenten Kundenorientierung verkürzt werden können. Zusätzlich sehen wir große Potenziale in der Risikoeinschätzung, indem historische Schadendaten mit intelligenten, selbstlernenden Algorithmen analysiert werden. Auch der Einsatz von Chatbots kann helfen, um den Kundenservice und die Erreichbarkeit in Randzeiten zu erweitern.

CP Durch moderne Technologien werden Mehrwerte möglich, die noch bis vor wenigen Jahren unvorstellbar waren. Das wollen wir unseren Kunden keinesfalls vorenthalten, vielmehr will AXA digitaler Vorreiter sein und die Versicherung der Zukunft mitgestalten. Wir verstehen künstliche Intelligenz als Chance, um Prozesse und Angebote zu verbessern und eine noch höhere Qualität für unsere Kunden zu erreichen. ■



AIG: Digitaler Neustart für die Gewerbeversicherung

Die Versicherung von Gewerbebetrieben ist für Vermittler ein aussichtsreiches Geschäftsfeld, auch wenn es für viele Neuland darstellt. Durch die Digitalisierung lassen sich Prozesse beschleunigen und der Vertrieb vereinfachen. Davon ist auch AIG überzeugt und hat seinen Gewerbekundenbereich nun vollständig von analog auf digital umgestellt.

Die Digitalisierung sorgt für tief greifenden Wandel in der Gewerbeversicherung: angetrieben von Kunden, die von ihren Vermittlern zunehmend dieselbe Flexibilität und Bearbeitungsgeschwindigkeit erwarten, die sie vom Online-Handel gewohnt sind, ohne jedoch auf persönliche Beratung verzichten zu wollen. Demgegenüber stecken die Vermittler heute in aufwendigen Antragsprozessen fest, die ihnen die Zeit für gerade diese persönliche kompetente Beratungsleistung nehmen. Dies gilt umso mehr für die Betreuung von Kunden mit Verträgen bei unterschiedlichen Versicherern.

Da ist es wenig verwunderlich, dass auch die Vermittler neue Anforderungen an ihre Versicherungspartner stellen: Ging es in der Vergangenheit eher um Produkte und Produktinnovationen, fokussieren sich viele Gesprächspartner heute darauf, wie sie ihre Prozesse weiter optimieren können. Dabei geht es beispielsweise darum, Prämien für gewerbliche Produkte direkt selbst rechnen zu können und dort, wo das bereits möglich ist, auch direkt den Antrag online zu übersenden.

AIG Partnershops schaffen mehr Zeit für die Kundenberatung

Den veränderten Anforderungen des Marktes trägt AIG mit der umfassenden Digitalisierung des Gewerbekundengeschäfts Rechnung. Als wichtigen Baustein wurde hierzu mithilfe des BiPRO-Standards und der AIG Partnershops eine

Lösung geschaffen, von der Vertriebspartner profitieren, die noch keine eigene BiPRO-Anbindung haben.

Bei den Partnershops handelt es sich um Webportale für ausgesuchte größere Kooperationspartner, denen AIG einen eigenen und individualisierten Partnershop zur Verfügung stellt. Über diese Online-Plattform können Vermittler einfach und schnell Beiträge selbst rechnen, die für ihre Kunden passenden Angebote selbst zusammenstellen und am Ende bei Gefallen den Vertrag abschließen.

Automatisierte Lösung in der Sparte Financial Lines für D&O-Versicherungen

Seit dem Launch der AIG Partnershops für das Neugeschäft im Juli hat sich etwa ein Viertel der Makler registriert, die mit AIG im Gewerbekundenbereich zusammenarbeiten. Dabei findet insbesondere das Berechnungstool für Quotierungen großen Anklang. Auch die

Zahl der tatsächlichen Abschlüsse in der Gewerbeversicherung steigt kontinuierlich an. AIG sieht interessanterweise die meisten Abschlüsse bei den Gewerbeprodukten sowie in der Sparte Financial Lines mit den Produkten „Cyber“ und „D&O“. Als einer der ersten Versicherer in Deutschland hat sich AIG in diesen Bereich vorgewagt und eine vollumfänglich automatisierte Lösung entwickelt. Die Möglichkeiten gehen dabei in Bezug auf Umsatzgrößen und Versicherungssummen deutlich über die stark begrenzten Antragsmodelle hinaus.

Abschließbar sind klassische D&O-Deckungen in Höhe von bis zu 10 Mio. Euro für Unternehmen bis zu einer Umsatzgröße von 250 Mio. Euro sowie Cyberdeckungen bis zu 5 Mio. Euro für Unternehmen bis 150 Mio. Euro Umsatz. In diesem Punkt unterscheidet sich das Angebot von AIG vom Markt.

Zum Ende dieses Jahres soll zudem eine Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (Professional Indemnity) in die AIG Partnerships integriert werden, die unterschiedliche Berufsgruppen wie Rechtsanwälte, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer abdeckt.

Unter dem Strich haben die AIG Partnerships einen erfolgreichen Start hingelegt. Angebot und Services sollen ständig optimiert werden, daher arbeitet AIG aktuell an vielen weiteren Einstellungen und Funktionen, um das Anwendererlebnis kontinuierlich zu verbessern. Ab 2018 wird es beispielsweise auch die Möglichkeit geben, über den Partnership Vertragsänderungen vorzunehmen.

Bedarfsorientierte Konzepte für Vertriebspartner

Aktuell kommen viele neue Vertriebspartner auf AIG zu, die entweder als Verbund die Interessen vieler Versicherungsmakler vertreten oder als individuelle Organisationen Zugang zu gewissen Kundensegmenten suchen. Wiederum andere haben Bedarf an individuellen Produktlösungen wie zum Beispiel Cyberversicherungen. In beiden Fällen kann AIG individuell abgestimmte Konzepte über einen Partnership anbieten. Die Vielfalt, die die Partnerships bieten,

sind für viele Vertriebspartner ein überzeugendes Argument, mit AIG in den Dialog zu treten.

Digitalisierung der Bestandsverträge

Den nächsten großen Schritt, den AIG mit seinen Vermittlern gehen wird, ist die Umstellung der bestehenden analogen Verträge auf eine neue und digitale Produktgeneration, die bis Ende des Jahres sukzessive vorbereitet wird. Dazu hat AIG eine verschlüsselte Online-Plattform bereitgestellt, über die die angeschlossenen Vermittler die von ihnen betreuten Verträge in wenigen Minuten selbst in die digitale Produktwelt überführen können. Um alle Partner mit auf diese Reise zu nehmen, wurde auch hier der Fokus wieder auf die Anwenderfreundlichkeit gelegt und der Prozess der Umstellung intuitiv gestaltet. Aber natürlich muss kein Vermittler sofort alle seine Verträge umstellen: Die analogen Verträge laufen weiter bis zum Ablauf der jeweiligen vertraglich vereinbarten Versicherungsperiode.

Mitarbeiter sind und bleiben die Erfolgsgaranten

AIG hat in den vergangenen Wochen und Monaten tief greifende Veränderungen umgesetzt – nicht zuletzt im eigenen Unternehmen. Dabei hat sich einmal mehr gezeigt, dass die Transformation des Geschäftsmodells von analog zu digital ohne die Kreativität, Entschlossenheit und Energie der Mitarbeiter nicht funktionieren würde. Sie haben für einen guten Start gesorgt und sich auch durch zwischenzeitliche Rückschläge nicht entmutigen lassen. Wenn alle im Unternehmen genau diesen Spirit beibehalten und weiterhin mit voller Kraft auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten, wird die Reise ins digitale Zeitalter ein voller Erfolg. ■

Auch AIG bringt sich bei BiPRO-Standards ein

Das Brancheninstitut Prozessoptimierung, kurz BiPRO, will im Versicherungsbereich den standardisierten Austausch von Daten und Dokumenten über das Internet ermöglichen. Dazu hat BiPRO Normen erarbeitet, die Prozessschnittstellen beschreiben. Die BiPRO-Normen stehen letztlich für das Bekenntnis der Industrie, standardisierter miteinander zu agieren. Langfristig werden sich Versicherer und Makler alle über die Schnittstelle der Maklerverarbeitungsprogramme miteinander vernetzen. Dabei werden die Stammdaten des Kunden bei der Angebotsabfrage automatisiert übertragen. Die manuelle Dateneingabe entfällt für den Vermittler, was zu einer zusätzlichen Zeitersparnis führt. Zukünftig werden Versicherer dabei verstärkt auf externe Daten zurückgreifen, um die Fragebögen so einfach wie möglich zu gestalten. In Ländern wie beispielsweise Großbritannien, in denen eine ähnliche Entwicklung bereits vor Jahren eingesetzt hat, lassen sich durch die gemeinsam genutzte Schnittstelle erhebliche Effizienzsteigerungen beobachten. AIG möchte diese Entwicklung in Deutschland aktiv mitgestalten und bringt sich daher stark im Bereich der BiPRO-Standards ein.

Von Andreas Krause, Head of Distribution AIG Nordeuropa bei AIG Europe Limited



„Ich wünsche mir, dass die Vertriebspartner uns auf dieser Reise begleiten“

Interview mit Jawed Barna, Vorstand Vertrieb & Strategische Partnerschaften der Zurich Gruppe Deutschland

Die Zurich Deutschland Gruppe hat im letzten Jahr einen Strukturwandel vollzogen. Die neue Gesamtstrategie gilt es nun auch in den Vertriebssegmenten zu synchronisieren. Was heißt, dass sich auch dort ein neues Denken durchsetzen soll.

Herr Barna, erklären Sie uns bitte kurz die neue Strategie der Zurich Deutschland?

Unsere strategische Ausrichtung kann ich in drei Worte zusammenfassen. Es geht um „Kundenorientierung“, um „Simplifizierung“ für Kunden, Mitarbeiter und Partner und um „Innovation“. Für mich persönlich wäre dann noch die Digitalisierung ein Teil dessen, was uns in unserem Handeln unterstützt.

Zudem war die alte Welt der Zurich Gruppe Deutschland in zwei Segmente unterteilt: in Leben und GI. Und wir hatten unsere Kundensegmente Retail, Mid-Market und die großen Corporates. Uns war es wichtig, diese fünf Dimensionen auf zwei zu reduzieren. Das wäre nun das Commercial-Geschäft, also das Industriegeschäft ab einer bestimmten Umsatzgröße, und das Retail-Geschäft.

Was bedeutet das für die Vertriebsstrukturen?

Bei dem zuletzt erwähnten Retailgeschäft kommen meine Person und mein Ressort ins Spiel. Dieses Ressort gilt es zu etablieren und mit der neuen Gesamtstrategie zu synchronisieren. Wie Sie wissen, verfolgen wir einen Multi-Vertriebskanal-Ansatz

„Der Makler und Vertriebspartner wird die Möglichkeit haben, sowohl online als auch offline auf unsere Produkte und Berechnungen zugreifen zu können.“

und bieten unseren Kunden sämtliche Zugangswege an, von direkt über die Ausschließlichkeit hin zu unseren Kooperationen mit

Maklern, Partnern und über diverse Tochtergesellschaften. Es gilt in dem Ressort mit Privatkunden und kleinen und mittelständischen Unternehmen die Value Proposition zu definieren.

Bei dem Wandel wurden auch Marken zusammengeführt. Wie ging das vonstatten?

Teil unserer Strategie ist, wie ich schon erwähnt habe, die Simplifizierung. Wir wollen Komplexität reduzieren. Das führte dazu, dass wir unsere Markenvielfalt überdacht haben und diese weitgehend integriert haben. Am Markt agieren wir nun mit der Marke Zurich, der DA Direkt, der Real Garant und im Joint Venture mit dem ADAC. Im Maklermarkt heißt das, dass wir nur noch mit der Marke Zurich auftreten wollen, sodass wir unsere Kunden und Partner viel fokussierter bedienen können.

Wie Sie wissen, haben wir zudem mit Dr. Ulrich Hilp einen neuen verantwortlichen Leiter für den Maklerkanal. Er bringt aus meiner Sicht sehr viel Erfahrung mit und wird uns helfen, um strukturiert, fokussiert und standardisiert im Maklermarkt auftreten zu können.

Welche weiteren Veränderungen hat das für den Vertrieb?

Wir haben zunächst einmal enorm investiert, um unsere Prozesse, unsere Tools und Hilfsmittel zu modernisieren. Im Bereich Nicht-Leben führen wir eine komplett neue IT-Infrastruktur ein. Wir wollen eine Dunkelverarbeitung von mindestens 90% erreichen. Der Makler und Vertriebspartner wird die Möglichkeit haben, sowohl online als auch offline auf unsere Produkte und Berechnungen zugreifen zu können. So kann der Makler den Kunden tatsächlich am Point of Sale bedienen und in wenigen Stunden kann die Police erstellt werden. Auch auf der Lebensseite haben wir neben einer sehr guten Produktpalette sehr viel unternommen und werden auch noch weitere Schritte in Richtung Digitalisierung und Innovation gehen.

Digitalisierung bedeutet auch immer Schnittstellen. Sind Ihnen deshalb große Vertriebsseinheiten lieber als Einzelmakler?

Grundsätzlich sind wir natürlich für alle Partner da. Die Zurich Gruppe Deutschland hat über 10.000 Maklerverbindungen, und denen wollen wir gerecht werden. Natürlich wurde da auch aufgrund regulatorischer Anforderungen eine Welle im Markt in Gang gesetzt. Manche Makler sind auf dem Weg, sich neue Geschäftsmodelle zu überlegen. Wir sind da und wir

versuchen, sie dabei zu unterstützen. Zum jetzigen Zeitpunkt bekennen wir uns absolut sowohl zu Einzelmaklern, den großen Maklerverbindungen, Pools und Vertriebsorganisationen als auch Flächenmaklern.

Inwieweit wird sich das Geschäft in Richtung digitaler Vertrieb verschieben?

Innovation und Digitalisierung sind ein Teil unserer Gesellschaft und begleiten uns im Alltag. Es ist eine Kundenrevolution, die hier stattfindet und den Markt weiterhin unter umfassenden Veränderungsdruck stellt. Und wie ich finde, ist Zurich hier schon weit und federführend und setzt bewusst auch Akzente, was die Digitalisierung der Prozesse und Schnittstellen zum Kunden betrifft. Aber auch dem persönlichen Kontakt und der qualifizierten Beratung durch einen Makler wird eine besondere Bedeutung zukommen.

Eingangs hatten Sie die Kundenorientierung als strategisches Ziel angesprochen. Ist der Begriff nicht schon überstrapaziert?

Der Unterschied ist an dieser Stelle: Die einen nehmen ihn ernst, für andere ist es nur ein Lippenbekenntnis. Für mich ist Kundenorientierung eine Frage des Mindsets. Für mich ist wichtig, dass wir eine Branche schaffen, die wegkommt von einem Produktdenken hin zu einem Lösungsansatz für den Kunden. Ich bin der felsenfesten Überzeugung, dass diese Industrie im Moment einen enormen Wandel durchlebt, den es so bis dato nicht gegeben hat – ausgelöst durch die bereits erwähnte Kundenrevolution und die Digitalisierung. Es geht darum, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und ihn früh im Prozess einzubinden, welche Bedürfnisse er heute hat und wie seine Bedürfnisse morgen aussehen könnten und was er von uns erwartet. Die Frage ist also: Wie transformieren wir unsere heutigen Vertriebswege ein Stück weit in die Zukunft und schaffen gleichzeitig neue zukunftsgerichtete Symbiosen durch Ecosysteme.

Welche Rolle spielen dabei InsurTechs?

Die Zurich Gruppe Deutschland hat sich sehr früh in diese Richtung geöffnet und

versteht InsurTechs als Inspiration. Wir beschäftigen uns daher auch intern in eigenen Teams mit den Themen. Diese arbeiten agil und auch mit Scrum-Mastern. Die Start-up-Arbeitsweisen mit Design-Thinking wurden hier schon adaptiert. Wir wollen weg von diesen wasserfallartigen Projekten, wo wir eineinhalb bis zwei Jahre an Produkten gearbeitet haben. Aber natürlich haben wir hier auch Kooperationen. Wir laden im Oktober wieder zum InsurHack nach Köln ein. Dort herrscht eine tolle Atmosphäre und es ist erstaunlich, was diese jungen Menschen innerhalb kürzester Zeit schaffen.



Jawed Barna

Zumindest für einige Versicherungsmakler ist das alles ziemlich weit weg.

Meine Beobachtung ist, dass die meisten durchaus mit der Entwicklung mitkommen. Selbstverständlich muss jeder für sich die Entscheidung treffen: Will ich überhaupt mit? Meine persönliche Empfehlung wäre, diese Entwicklung als Chance zu sehen. Wir wollen sie dabei unterstützen. Ich würde mir natürlich wünschen, dass unsere Vertriebspartner uns auf dieser Reise begleiten.

Bei welchen Produkten legen Sie Schwerpunkte?

Was unsere Lösungspalette angeht, sind wir sehr gut aufgestellt. In der Lebensversicherung haben wir ein sehr breites Spektrum für die Altersvorsorge, die Risikoabsicherung und die bAV. Auf der Nicht-Lebensversicherungsseite führen wir gerade ein neues Produkt, den PrivatSchutz, ein. Ich freue mich bereits auf die DKM, wo wir das Konzept vorstellen werden. Wir haben also die Produkte, ich möchte sie aber nur ungern in den Vordergrund stellen. Ich glaube, diese Branche muss lernen, vom klassischen Produktgedanken wegzukommen, denn der Kunde will in erster Linie Lösungen. ■

„Für mich ist wichtig, dass wir eine Branche schaffen, die wegkommt von einem Produktdenken hin zu einem Lösungsansatz für den Kunden.“

Makler können bAV-Kunden alle Kontakt- und Betreuungskanäle öffnen

Die pension solutions group hat mit dem Multi Advisor ein Konzept und eine digitale Lösung entwickelt, mit denen der Arbeitsaufwand in der bAV-Verwaltung gesenkt werden und die Kommunikation mit den Arbeitnehmern über fünf verschiedene Kanäle erfolgen kann. Die bAV-Beratung bleibt damit individuell und persönlich, aber auf hohem digitalem Niveau. Das Konzept ist Versicherungsmaklern zugänglich.

Die politischen Erwartungen an das Betriebsrentenstärkungsgesetz (BRSG), das nach dem Jahreswechsel 2017/2018 in Kraft treten wird, sind hoch: Neben Verbesserungen für Arbeitnehmer sollen steuerliche Anreize Unternehmen animieren, ihren Mitarbeitern eine Betriebsrente anzubieten. Das gilt insbesondere für kleinere Betriebe und Mittelständler, die bislang den Zusatzaufwand gescheut haben. Denn bisher bezieht nicht einmal ein Drittel der Rentner eine Betriebsrente, die älteste Zusatzversorgung für das Alter.

Doch die Probleme, die bereits seit Einführung des gesetzlichen Anspruchs auf Entgeltumwandlung in Beiträge zur betrieblichen Altersversorgung im Jahr 2002 existieren, werden auch mit dem BRSG nicht verschwinden. Einerseits bleibt die Komplexität der individuellen bAV-Optionen der einzelnen Beschäftigten bestehen und andererseits ändert sich auch nichts daran, dass die Kommunikation in Richtung Arbeitnehmer das entscheidende Nadelöhr ist.

Die allgemeine Sensibilisierung einer Belegschaft lässt sich nur erreichen, wenn der einzelne Mitarbeiter in der bAV einen persönlichen Nutzen erkennt. Die zusätzliche Sicherheit der Altersvorsorge muss er für sich – und seine Angehörigen – als persönliches Plus erleben. Wird diese Kommunikationsaufgabe von Versicherern, Maklern und Beratungshäusern nicht zielorientiert gelöst, wird das BRSG hinter den gesteckten Erwartungen zurückbleiben.

Digitalisierung oder persönliche Beratung

Die Versicherungsbranche hat in den vergangenen Jahren mit hohen Investitionen bei der digitalen Transformation der

Arbeitsprozesse aufgeholt. Die notwendigen Schnittstellen zwischen bAV-Angeboten und den administrativen Bereichen eines Unternehmens – wie etwa Personalverwaltung und Lohnabrechnung – können heute problemlos installiert werden. Schon schießt die Branche sogar auf die technische Umsetzung digitaler Abschlüsse. Der „digitale Advisor“ soll, analog zur Bankenwelt, einen effizienten, weil medienbruchfreien Prozess ermöglichen.

Die betriebliche Altersvorsorge 4.0 wird also in Zukunft mit geringeren Prozesskosten auskommen. Das Kernproblem wird damit aber nicht gelöst: nämlich die persönliche Beratung mit individualisierten Lösungen. Die digitale Standardisierung kann diese Herausforderung nur bedingt lösen. Trotz aller Möglichkeiten eines „Digital Advisors“ werden Beschäftigte auch andere Kommunikationskanäle beanspruchen wollen – sowohl in der Informationsphase als auch in der Nachsorgephase. Die Kommunikation der Zukunft kann also nur durch einen „Multi Advisor“ gelöst werden, der verschiedene Kommunikationskanäle – persönlich, digital gestützt und volldigital – je nach Kundenwunsch kombiniert.

Für individualisierte Lösungen braucht es einen Multi Advisor

Eine digitale Verwaltung inklusive E-bAV-Akte, Termintool und Chatbot, bAV-Apps oder auch vollautomatisierte Vertriebskonzepte sind daher wichtige Bausteine. Das Konzept des Multi Advisors, mit dem der Beratungsspezialist pension solutions group einen neuen Schrittmacherimpuls im Markt setzen will, hält den Faktor „Beratung durch einen Menschen“ – auf top-digitalisiertem



Von Tobias Bailer, geschäftsführender Gesellschafter der pension solutions group

Niveau – für unerlässlich. Multi Advisor, das in anderen Märkten auch als Multichanneling bekannt ist, greift je nach aktuellem Endkundenwunsch auf einen der fünf Kanäle – persönliches Gespräch, Telefon, Video, Online-Beratung oder Digital Advisor – zurück. Dabei fließen die jeweiligen Aktivitäten über die verschiedenen Kanäle reibungslos in die Systeme des Arbeitgebers ein.

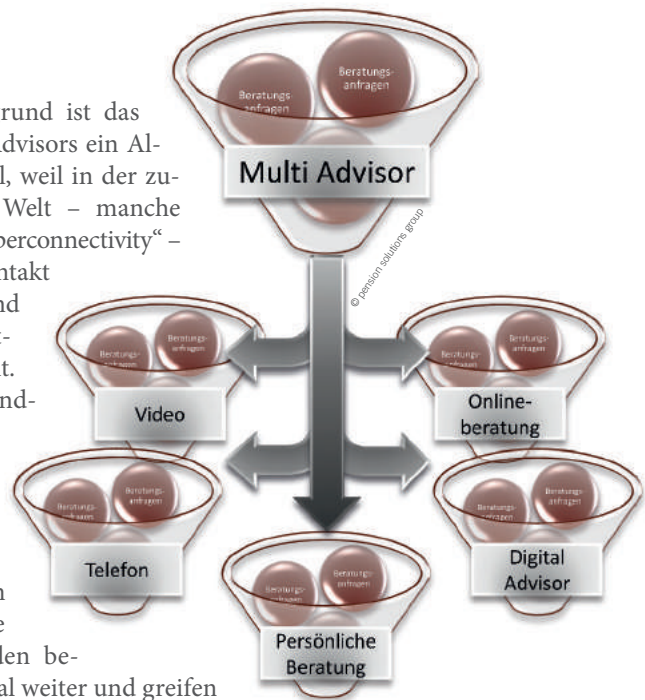
Hybrides Verhalten der Kunden

Auch der Status quo mahnt Versicherer, Makler sowie Arbeitgeber, das tatsächliche Verhalten des Endkunden nicht aus dem Blick zu verlieren. Laut GfK-Zahlen sind Verbraucher bei der Suche nach Vorsorgeprodukten überwiegend hybrid unterwegs. Mehr als drei Viertel recherchieren zwar online, schließen aber offline ab. Und neben den „ROPO-Typen“ (research online – purchase offline) gibt es weiterhin die reinen Offliner. In Summe schließen 91% ihren Vertrag bisher – allerdings vielleicht auch mangels digitaler Alternativen – offline ab.

Einer pension solutions-Stichprobe unter eigenen bAV-Kunden zufolge nutzten zuletzt 95% der Versicherten persönliche Beratungsangebote, 2% griffen zum Telefon, 2% entschieden sich für die Videoberatung, 1% setzte auf eine E-Mail-Betreuung bei Vertragsabschluss. Trotzdem könnte im Jahr 2022 schon jede zweite Beratung bis zum Abschluss digital abgewickelt werden. Um Kunden in diesem Prozess nicht zu verlieren, sind die Multi-Advisor-Optionen eine zentrale Stütze, die dem Kommunikations- und Sicherheitsbedürfnis ratsuchender Mitarbeiter entgegenkommt.

Für die gesamte Prozesskette von der ersten Information über Terminfindung, Beratung und Abschluss bis hin zur Nachsorge bedeutet das: Die Trennlinie ist nicht zwischen online und offline zu ziehen, obwohl das für die Anbieterseite wohl die leichteste Lösung wäre. Vielmehr muss die Methodik so aufgebaut werden, dass eine Customer Journey prozesssicher bleibt, unabhängig davon, welchen Zick-Zack-Kurs der Kunde durch die verschiedenen Betreuungswege – also vom persönlichen Gespräch bis hin zum Digital Advisor – wählt.

Vor diesem Hintergrund ist das Konzept des Multi Advisors ein Alleinstellungsmerkmal, weil in der zunehmend digitalen Welt – manche sprechen gar von „hyperconnectivity“ – der persönliche Kontakt zwischen Berater und Kunden außerordentlich an Wert gewinnt. In der Bankenlandschaft leiden viele Filialinstitute an ihrer eigenen Digitalisierungsstrategie: Sie hat die eigenen Bankkunden quasi aus der Filiale gedrängt. Die Kunden behelfen sich nun digital weiter und greifen verstärkt auf Bezahl- und Anlageangebote anderer Anbieter zurück. Der Filialmitarbeiter hat den Draht zum Kunden verloren, Spezialanbieter und FinTechs jagen umso leichter etablierten Instituten Geschäft ab.



Persönlicher Kontakt hilft auch beim Cross-Selling

Das Alleinstellungsmerkmal „persönlicher Kontakt“ hilft auch after sales bei Kundenbetreuung und vor allem bei der Kundenzufriedenheit. Das ist auch deshalb interessant, weil sich in den letzten Jahren neben der bAV auch betriebliche Berufsunfähigkeitspolice, betriebliche Krankenversicherungen und weitere Angebote am Markt etabliert haben. Personalisierte Kundennähe zum Arbeitgeber und seinen Beschäftigten sollte daher weniger unter Kostenaspekten als vielmehr unter Potenzialgesichtspunkten bewertet werden.

Partner für Makler und Versicherer

Die pension solutions group steht mit ihrer spezialisierten Erfahrung und ihren hohen Prozess- und Methodenkompetenzen als Partner bereit. Das Beratungsunternehmen erstellt passgenaue bAV-Konzepte für unterschiedliche Branchen und entlastet Arbeitgeber bei der digitalen Anbindung zur Verwaltung und Auswertung. Vor allem treffen die Experten, was Kunden und Kooperationspartner im täglichen Geschäft bestätigen, den richtigen Ton, um aus den komplizierten Möglichkeiten der betrieblichen Versorgung für die Mitarbeiter das richtige Paket zu schnüren. ■



Drei Ansätze gegen den Fachkräftemangel in Unternehmen

elipsLife bietet Unternehmenskunden kollektive Versicherungslösungen im Bereich biometrische Risiken an. Zudem empfiehlt sich die Versicherungsgesellschaft auch als Experte im Reintegrationsmanagement und anderen mitarbeiterbezogenen Herausforderungen. Arbeitgebern legt das Unternehmen drei Ansätze ans Herz, um einen gesunden Mitarbeiterbestand zu sichern.

Die demografische Entwicklung führt in Deutschland zu einem Überhang im oberen Bereich der Bevölkerungspyramide. Nicht nur werden Menschen immer älter, es kommen auch immer weniger jüngere nach. Im Jahr 2015 standen in Deutschland 738.000 Geburten rund 925.000 Todesfällen gegenüber. Und Demografen sagen, dass die deutsche Bevölkerung bis 2060 um mehr als 10 Millionen Menschen abnehmen wird. Hinzu kommt, dass der Anteil der über 65-Jährigen an der Gesamtbevölkerung über die nächsten Dekaden von heute 22% auf über 30% zunehmen wird (Quelle: Statistisches Bundesamt, Destatis). Aus dieser Entwicklung ist ersichtlich, dass in den kommenden zehn Jahren jährlich mehr als 1 Million Arbeitnehmer altersbedingt aus dem Berufsleben ausscheiden werden. Da die Generation der Berufseinsteiger diese Abgänge bei Weitem nicht kompensieren kann, werden die Arbeitgeber jährlich für rund 250.000 frei gewordene Stellen keinen Ersatz finden.

Die Auswirkungen auf die Arbeitgeber

Aufgrund der demografischen Entwicklung sehen sich Arbeitgeber heute mit drei hauptsächlichen Fragestellungen konfrontiert:

Erstens die Pensionierungswelle der Generation Silber: Mit der Pensionierung von Millionen von Arbeitnehmern verliert der Arbeitgeber nicht nur Arbeitskräfte, sondern auch viel Erfahrung und Fachwissen. Dieser Wegfall führt trotz fundierter Personal- und Nachfolgeplanung nicht selten zu einem Vakuum. Gibt es Ideen, wie Mitarbeiter im Pensionsalter länger im Arbeitsleben gehalten werden können?

Zweitens die Verknappung der Ressource Arbeitskraft: Arbeitgeber wollen langfristig stabile Umsätze generieren, wozu sie einen konstanten Personalbestand brauchen. Der bereits vorhandene Fachkräftemangel wird sich aber über die nächsten

Jahre weiter akzentuieren. Um frei gewordene Stellen wieder besetzen zu können, müssen Arbeitgeber ihre Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt steigern. Dies insbesondere gegenüber jungen Arbeitnehmern mit ihren neuen Bedürfnissen. Gibt es Lösungen, sich als Arbeitgeber im Wettbewerb um diese neue Generation Y besser zu positionieren?

Drittens die Auswirkungen der Demografie auf die Gesundheit der Belegschaft: Nicht besetzte Vakanzen führen zu einer Verlagerung der Arbeitslast auf andere Teammitglieder. Druck, Überstunden und oft auch gesundheitliche Beschwerden sind die Folgen, die wiederum zu krankheitsbedingten Absenzen und weiteren Vakanzen führen können – eine Negativspirale, die nicht leicht zu durchbrechen ist. Gibt es Möglichkeiten, erkrankte Mitarbeiter schnellstmöglich und nachhaltig in den Arbeitsprozess zurückzuführen?

Interne Maßnahmen steigern die Attraktivität nach außen

Unternehmen können dem Fachkräftemangel durch die Kombination der drei nachfolgend skizzierten Ideen begegnen und so den Weg zu einem konstanten, gesunden Mitarbeiterbestand ebnen. Der Fokus liegt auf (1) der längeren Erwerbstätigkeit von Pensionierten, (2) der Wiedereingliederung von

erkrankten Arbeitnehmern und der Prävention sowie (3) der Steigerung der Arbeitgeberattraktivität für Bewerber:

1. Jobsharing von Pensionär und Neubesetzung

Ein Modell, um Mitarbeiter und damit Erfahrung sowie firmenspezifisches Fachwissen länger im Betrieb zu halten, ist das Jobsharing: Zwei Arbeitnehmer teilen sich einen Job – meist in Teilzeitspensen. Angewandt in der Nachfolgeregelung, laufen Pensionär und Neubesetzung während einer bestimmten Zeit miteinander. Ziel ist der Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch. Die Schulung des neuen Mitarbeiters verläuft praxisnah, effizient und ressourcenschonend. Der zu pensionierende Arbeitnehmer erhält Flexibilität, wechselt in die Teilzeitbeschäftigung und dient dem Unternehmen weiterhin als Mentor. Jobsharing bietet für alle Parteien Vorteile, hat sich aber noch nicht flächendeckend als Maßnahme gegen den Fachkräftemangel durchgesetzt.

2. Wiedereingliederung von erkrankten Arbeitnehmern

Ein Umdenken muss auch in Bezug auf die Mitarbeiter stattfinden, die krankheitsbedingt ausfallen. Häufig verliert ein Unternehmen diese Gruppe unfreiwillig, oft aus purer Unbeholfenheit. Rund die Hälfte krankheitsbedingter Absenzen ist psychischer Natur oder Folge von Erkrankungen des Muskel-Skelettsystems. Der Arbeitgeber ist verpflichtet, das Gehalt während sechs Wochen in voller Höhe weiterzuzahlen und auch Maßnahmen zur Wiedereingliederung zu ergreifen (vgl. Ziffer 84 SGB IX). Insbesondere Arbeitnehmer mit einem Burn-out können mit professioneller Unterstützung und Begleitung durch einen Care Manager oftmals reintegriert werden. Werden betroffene Mitarbeiter aber sich selbst überlassen, ist eine langfristige Absenz und in vielen Fällen der endgültige Wegfall dieser Arbeitskraft wahrscheinlich.

Im Jahr 2015 war in Deutschland jeder Arbeitnehmer im Schnitt zehn Tage krank. Der Krankenstand belief sich auf rund 4% (Quelle: Arbeitsvolumenrechnung, IAB). Das heißt, dass 4 von 100 Arbeitnehmern der Arbeit krankheitsbedingt dauerhaft fernblieben. Für den

Arbeitgeber entstehen dadurch direkte Kosten aufgrund der Lohnfortzahlung, aber auch indirekte Kosten wegen Überstundenentschädigungen oder sinkender Produktivität. Die Begleitung des Erkrankten durch einen Care Manager löst also gleich mehrere Probleme: Der Arbeitnehmer findet zurück in den (Berufs-)Alltag und bewahrt seine Selbstständigkeit. Gleichzeitig entstehen weniger Vakanzen, der Fachkräftemangel wird entschärft und der Krankenstand sowie die Absenkkosten werden nachhaltig gesenkt.

3. Wettbewerb um Talente

Neben dem längeren Erhalt von Pensionären und Möglichkeiten der Rückkehr von Erkrankten sollte sich das Unternehmen als dritte Maßnahme im Wettbewerb um (junge) Talente stärker positionieren, da diese im Zuge des Fachkräftemangels an Bedeutung gewinnen. Heute verlangen Arbeitnehmer von ihrem Arbeitgeber moderne Ansprache, einen guten Ruf und korrekten Auftritt sowie ethisch-moralisches Verhalten. Dienstwagen, Kaffee und Einzelbüro verlieren, während Alleinstellungsmerkmale an Bedeutung gewinnen. Dieses Thema ist breit gefächert und bietet Stoff für ausgiebige Diskussionen. Unbestritten ist aber, dass eine arbeitgeberfinanzierte Risikolebensversicherung, die die finanziellen Folgen einer Invalidität oder eines Todesfalls absichert, ein starkes Mittel ist, um die Attraktivität als Arbeitgeber markant zu erhöhen. Denn sie setzt ein starkes Zeichen dafür, dass der Arbeitgeber seine soziale Verantwortung wahrnimmt und sich zu seiner Belegschaft bekennt. Werte, die im Zuge von zunehmendem Margendruck und Gewinnstreben immer wichtiger werden.

elipsLife als Partner für Reintegration und Kollektivversicherungen

Im Fazit heißt dies, dass sich der Fachkräftemangel zunehmend konkretisiert und sich über die kommenden Jahre weiter zuspitzen wird. Arbeitgeber verfügen über verschiedene interne und externe Möglichkeiten, dieser Gefahr aktiv entgegenzuwirken und sich im Wettbewerb um neue Talente zu positionieren. elipsLife kann aufgrund ihres Know-hows diesen Prozess aktiv unterstützen und Win-win-Situationen schaffen: als Expertin im Reintegrationsmanagement, als Anbieterin von kollektiven biometrischen Versicherungslösungen und als kompetente Ansprechpartnerin rund um mitarbeiterbezogene Herausforderungen. ■



Von Lucas Müller,
CEO der elipsLife Deutschland

„Finanzkraft schafft die notwendigen Freiräume für die Kapitalanlage“

Interview mit Dr. Thomas Wiesemann, Vorstand Maklervertrieb der Allianz Lebensversicherung und Allianz Private Krankenversicherung

Versicherungsmakler, die ein Allianz-Produkt vermitteln, vertrauen bei der Auswahl auch auf die Finanzstärke und Kapitalanlagestrategie des Marktführers. Letztere unterliegt mittlerweile strengen Nachhaltigkeitskriterien. Mit Blick auf das PKV- und LV-Geschäft im Maklervertrieb herrscht bei der Allianz zudem weiterhin Optimismus.

Herr Dr. Wiesemann, die Versicherer stehen in Bezug auf Garantien irgendwo zwischen Festhalten und Loslassen. Die Strategie der Allianz ist bekannt. Bleibt es bei ihr?

Die Bedürfnisse der Kunden stehen im Mittelpunkt unserer Strategie. Sie erwarten attraktive Renditen und zugleich die Sicherheit ihrer Altersvorsorge. Deshalb bieten wir beides: Renditechancen und Garantien. Als finanzstarker Versicherer können wir auch im gegenwärtigen Umfeld sehr effizient Garantien darstellen. Dies ist ein großer Mehrwert auch gegenüber anderen Finanzprodukten. Kunden können mit uns breit am Kapitalmarkt partizipieren und gleichzeitig von wichtigen Sicherheiten wie dem Erhalt der eingezahlten Beiträge und lebenslanger Mindestrente profitieren.

Welche Rolle spielt es da, dass der Gesetzgeber in der betrieblichen Altersversorgung künftig auch Angebote ohne Garantien zulässt. Ist das nicht auch ein Signal?

Der Gesetzgeber will mit dem Betriebsrentenstärkungsgesetz (BRSG) die Verbreitung der betrieblichen Altersversorgung (bAV) weiter ausbauen. Dazu verbessert er durch eine ganze Reihe von zu begrüßenden Maßnahmen die Rahmenbedingungen, auch für bestehende Betriebsrenten. Zusätzlich soll durch das Sozialpartnermodell mit reiner Beitragszusage die bAV ergänzt werden, dies aber nur innerhalb von Tarifverträgen und unter bestimmten Voraussetzungen. Ob und wie die einzelnen Branchen diese Möglichkeit in ihren Tarifverträgen umsetzen,



Dr. Thomas Wiesemann im Gespräch über die Kapitalmarktstrategie der Allianz.

muss man abwarten. Hier wird letztlich gelten: Wer Menschen von Altersvorsorge überzeugen und für Altersvorsorge gewinnen will, der muss diese nach den Bedürfnissen der Kunden gestalten.

Bleibt die Frage: Wie erklärt der Versicherungsmakler diese Entwicklungen den Kunden?

Durch das neue Gesetz entsteht signifikanter Beratungsbedarf für Unternehmen und Arbeitnehmer. Gerade jetzt benötigen die Unternehmen kompetente Vermittler an ihrer Seite, die ihnen helfen, die Änderungen zu analysieren und auf die individuelle Situation im Unternehmen anzuwenden. Das Sozialpartnermodell betrifft nicht alle Arbeitgeber, die verbesserten Rahmenbedingungen für Betriebsrenten indes jedes Unternehmen. Zu nennen ist der Freibetrag in der Grundsicherung, die Erhöhung des steuerlichen Förderrahmens, der Förderbetrag für Einkommen bis 2.200 Euro, die Verbesserung bei Riester-Verträgen in der bAV sowie die verpflichtende Weitergabe von Sozialversicherungsersparnis. Wir unterstützen die Makler unter anderem mit einer digitalen Themenseite, Online-Schulungen unserer Makler-Akademie und umfangreichen Beratungsunterlagen.

In der bAV, aber auch sonst, werden Solvenzquote und Kapitalanlagen der Versicherer mehr beachtet. Wie erklären Sie die Anlagestrategie der Allianz?

Wir legen die Gelder im Interesse unserer Kunden sicher, renditeorientiert und nachhaltig an. Dabei nutzen wir renditestarke alternative Anlageklassen wie Infrastruktur und erneuerbare Energien sowie eine im Wettbewerbsvergleich

deutlich höhere Aktienquote. Unsere Kunden profitieren dabei von unserem internationalen Anlage-Know-how und von den besonderen Kosten- und Strukturierungsvorteilen, die sich aus unserer Größe ergeben. Eine hohe Solvabilitätsquote ist ein Indikator für eine starke Kapitalausstattung. Generell kann die Finanzstärke eines Versicherers nicht alleine anhand dieser zum Teil stärker schwankenden Quote beurteilt werden. So spielen weitere Faktoren wie langfristige Nettoverzinsung, Reservenhöhe, Storno- und Kostenquote eine wichtige Rolle, auf die Vermittler unbedingt achten sollten. Finanzkraft schafft die notwendigen Freiräume für die Kapitalanlage, die gerade jetzt wichtig sind.

Die Allianz misst die Nachhaltigkeit ihrer Kapitalanlagen mit einem sogenannten ESG-Scoring. Was bedeutet das und hat das tatsächlich Auswirkungen auf den Vertrieb?

Unseren Kunden ist eine attraktive Rendite wichtig und zunehmend achten sie darauf, dass ihr Geld dabei auch nachhaltig angelegt wird. Bereits 45% unserer Kunden wünschen sich nachhaltige Kapitalanlagen. Bei langfristiger Anlage ist dies kein Widerspruch, im Gegenteil. Vielmehr verbinden wir mit unserem ESG-Ansatz Nachhaltigkeit und ökonomischen Nutzen. Dabei werden durch das Scoring in der Lebens- und Krankenversicherung systematisch die Kapitalanlagen von mehr als 8.000 Unternehmen und Staaten in Bezug auf ihre Nachhaltigkeit gemessen. Das Verfahren wurde mit den NGOs Transparency International, World Wide Fund For Nature (WWF) und Germanwatch entwickelt. Neben dem Scoring schließen wir bestimmte Investitionen komplett aus, etwa geächtete Waffen, Nahrungsmittelspekulation oder Kohle.

Und machen das nicht auch andere Versicherer? Beispielsweise mit sogenannten „grünen Produkten“.

Grüne Produkte sind das eine. Aber wir gehen den Weg weiter und schauen auf die Nachhaltigkeit bei allen unseren Kapitalanlagen und nicht nur bei einem Produkt. Damit verankern wir Nachhaltigkeit im Nukleus des Unternehmens, der Kapitalanlage.

Nachhaltigkeit und ökonomischer Nutzen: Beides gehört für uns als langfristiger Anleger zusammen.

Welche Rolle spielt die Kapitalanlage mittlerweile in der privaten Krankenversicherung (PKV)?

Das Kriterium Finanzkraft hat in den vergangenen Jahren für die private Krankenversicherung massiv an Bedeutung gewonnen. Eine Krankenversicherung mit Altersrückstellungen ist eine langfristige Entscheidung, der ein langfristiger Sparprozess zugrunde liegt. Damit hat die Finanzstärke und Kapitalanlagenkompetenz des Krankenversicherers unmittelbare Auswirkung auf die Beitragsentwicklung und dauerhafte Leistungsstärke der Produkte des Unternehmens.

Was heißt das dann konkret für Ihr Haus? Was dürfen Versicherungsmakler in der aktuellen Situation von der Allianz in der PKV erwarten?

Die Allianz Private Krankenversicherung (APKV) profitiert besonders beim Thema Kapitalanlage von der Einbindung in den Allianz Konzern. Dies zeigt sich in einer im Wettbewerbsvergleich überdurchschnittlichen Nettoverzinsung und hohen stabilisierenden Reserven. All dies kommt den Kunden bei der langfristigen Entwicklung der Beiträge zugute. Darüber hinaus spielt für die Kunden beim Abschluss einer Krankenversicherung eine immer wichtigere Rolle, welche Services der Krankenversicherer anbietet. Mit innovativen digitalen Lösungen sowie einer Vielzahl weiterer Gesundheitservices für Voll- und Zusatzversicherte setzt auch hier die APKV Maßstäbe. Diesen Weg werden wir konsequent weitergehen.

Und mit Blick auf die Bereiche Leben und Kranken, was erwarten Sie sich von den letzten Monaten des Jahres?

Die bestehenden Trends werden sich fortsetzen: Wir sehen starkes Wachstum in den kapitalmarktorientierten Altersvorsorgeleistungen KomfortDynamik, InvestFlex und Pensionsfonds. In der Einkommensvorsorge können wir mit den Maklern neue Zielgruppen erschließen, etwa im Bereich der körperlich tätigen Berufe. Die Nachfrage nach Krankenzusatzversicherungen hat spürbar angezogen, vor allem bei „Dental“ und „Pfleger“ und bei spezialisierten Maklern auch in der bKV. Und natürlich bauen wir unsere digitalen Lösungen weiter aus, die vor allem in zwei Bereichen unterstützen: bei der digitalen Kundengewinnung und bei der Optimierung der Verwaltungsabläufe im Maklerhaus.

Letztlich befinden wir uns dann ja auch schon kurz vor der IDD-Umsetzung und dem Inkrafttreten des BRSG. Bleiben Sie – auch für den Maklerbereich – optimistisch?

Ja. Denn der Bedarf an lebenslangem Einkommen sowie an Absicherung der Gesundheit und des Einkommens gegen Lebensrisiken ist hoch und die Menschen wünschen sich verlässliche Lösungen für diese Themen. Wichtig ist bei allen regulatorischen Änderungen, dass wir die eigentlichen Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden nicht aus den Augen verlieren und unser Bestes geben – daran arbeiten wir jeden Tag hart. ■



Unfallversicherung neu gedacht – Einfache Produkte für den Vertrieb

Die Deutsche Familienversicherung hat eine neue Unfallversicherung entwickelt. Diese gibt es in verschiedenen Leistungsvarianten und fällt dadurch auf, dass Kunden ihren Schutz aufgrund eines situativen Elements spontan per App erhöhen können. Jedes Upgrade fließt in das System der DFV und auch die Schadenregulierung läuft digital ab.

Wer in jüngster Zeit den deutschen Versicherungsmarkt aufmerksam beobachtet hat, wird es auf jeden Fall bemerkt haben. Die Branche entwickelt für einen bestimmten Bereich eine Vielzahl neuer Produkte und geizt dafür auch mit Marketingausgaben nicht: die Schaden- und Unfallversicherungen.

Dies hat seine Gründe vor allem in den ambivalenten Kapitalmärkten, der aktuellen Zinsproblematik sowie den Problemen innerhalb der Lebensversicherungsbranche. Somit rückt der Kompositbereich in den Fokus der Branche. Entsprechend stehen hier bei den großen Versicherungskonzernen die Leistungsfähigkeit und vor allem die Profitabilität der Produkte im Vordergrund, innovative und digitale Lösungen findet man daher leider kaum. Doch nicht nur die Entwicklung neuer und innovativer Produktkonzepte stellt die Branche aktuell vor Herausforderungen. Auch die regulatorischen Vorgaben durch Solvency II müssen beachtet und umgesetzt werden. Zusätzlich sind die spezifischen Themen der Unfallversicherung – beispielsweise Mitwirkungsanteil, Gliedertaxe, Progression, Beitragsrückgewähr – im Hinblick auf die aktuelle Rechtsprechung und die Kritik von Verbraucherschützern stetig zu beachten.

Der Markt – Die Zukunft der Unfallversicherung

In Deutschland erleiden jährlich rund acht Millionen Menschen einen Unfall. Die meisten davon geschehen in der Freizeit, d. h. in den eigenen vier Wänden oder beim Sport. Im Jahr 2016 gab es in Deutschland 25,6 Millionen private Unfallversicherungen. Innerhalb dieser Gruppe nehmen die Selbstständigen und Freiberufler die größte Position ein, weil sie in der Regel keinen Schutz durch die gesetzliche Unfallversicherung haben. Hierbei ist zu erwähnen, dass knapp jeder zweite Selbstständige mit seiner privaten Unfallversicherung nicht nur sich selbst versichert, sondern auch seine Familie miteinbezieht. Die Entwicklung der letzten Jahre ist jedoch dahingehend besonders, dass eine private Unfallversicherung längst nicht mehr nur für die Selbstständigen relevant ist.

Denn die gesetzliche Unfallversicherung deckt, wie auch im Bereich der gesetzlichen Krankenversicherung, immer weniger Leistungsfälle ab. Dies führt automatisch zu einer gefährlichen Unterversicherung. Daher gilt es Produkte zu schaffen, die die Masse ansprechen, erschwinglich sind und in das digitale Zeitalter passen.

Ein neuer Unfallschutz mit einigen Besonderheiten

Nach der Betrachtung des Angebotes von Unfallversicherungen auf dem deutschen Versicherungsmarkt wurde schnell klar, dass sich die Deutsche Familienversicherung (DFV) bei der Neuauflage ihrer eigenen Unfallversicherung zwar an den bestehenden Leistungskriterien orientieren wird, aber dem Grunde nach ein komplett neues Produkt aufsetzen würde. Entstanden ist der DFV-UnfallSchutz. Dem Maklermarkt bietet sich damit eine flexible Unfallversicherung an, mit der der Makler jedem individuellen Wunsch des Kunden nachkommen kann. Über den DFV-UnfallSchutz-Flex-Rechner können Makler die Grundsumme, die Progression, den Invaliditätszuschlag oder die finanziellen Zusatzleistungen einstellen, die ihre Kunden benötigen. Der DFV-UnfallSchutz-Flex ermöglicht dabei jedwede Zusammenstellung.

Digitale Produkte und Leistungen

Der DFV-UnfallSchutz umfasst vier Ausprägungsstufen: Basis, Komfort, Premium und Exklusiv, wie auch die Produkte der bekannten 16er-Matrix. Die größte Innovation des neuen DFV-UnfallSchutzes ist jedoch das situative Element, welches über eine moderne und User-freundliche App nutzbar ist. Diese ist zunächst nur im App Store und ab Oktober auch im Google PlayStore verfügbar. Über sie kann der DFV-Kunde seinen eigenen Versicherungsschutz situativ erhöhen und wieder herunterstellen, sodass der DFV-Kunde nur dann mehr zahlen muss, wenn er den erhöhten Schutz tatsächlich braucht. Die Besonderheit hierbei ist, dass jedes Upgrade bzw. „Downgrade“ direkt mit dem Bestandsführungssystem der Deutschen Familienversicherung verbunden ist. Darüber hinaus kann der

Kunde das situative Element auch für Lebenspartner, Kinder und Bekannte anwenden. Durch einen einfachen Klick in der App werden der Lebenspartner oder andere Familienmitglieder situativ in den Versicherungsschutz aufgenommen und der Kunde kann sogar wählen, welche von drei Varianten (Basis, Premium oder Exklusiv) er für die neuen versicherten Personen präferiert.

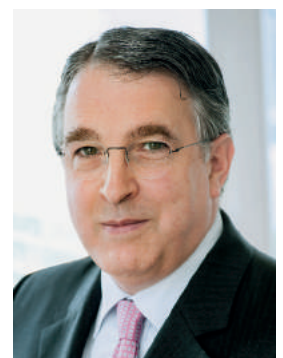
Dies kann tatsächlich nur die Deutsche Familienversicherung: Hier zeichnet sich ein Vorsprung von ein bis zwei Jahren ab, alleine aufgrund der Tatsache, dass das DFV-Bestandsführungssystem zu den modernsten Deutschlands gehört und die Konkurrenz situative Versicherungen bestandstechnisch nicht abbilden kann.

Digitale Schadenregulierung

Zusätzlich hat die DFV den Bedingungen sogenannte ICD-10-Codes hinterlegt. ICD-10-Codes sind die internationale statistische Klassifikation der Krankheiten und verwandter Gesundheitsprobleme (ICD, englisch: International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems). Dies ist das wichtigste weltweit anerkannte Klassifikationssystem für medizinische Diagnosen. Es wird von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) herausgegeben und in der Kurzform auch als internationale Klassifikation der Krankheiten bezeichnet. Die aktuelle, international gültige Ausgabe ist ICD-10, Version 2016. Warum sind diese wichtig für den DFV-UnfallSchutz?

Im Rahmen der Digitalisierung und der Transformation der Schaden- und Leistungsregulierung hat die Deutsche Familienversicherung entdeckt, dass durch das Auslesen der ICD-10-Codes, welche sich auf jeder Krankenhaus- und Arztrechnung befinden, eine voll-digitale, sogenannte „Dunkelverarbeitung“ möglich ist. Dies wird auch beim neuen DFV-UnfallSchutz angewandt, sodass die Leistungsregulierung via App, durch Abfotografieren und Hochladen der Rechnung, sofort umsetzbar ist und die Kostenerstattung innerhalb von 48 Stunden erfolgt. ■

Der DFV-Kunde kann seinen Unfallschutz situativ erhöhen und wieder herunterstellen. Er muss nur dann mehr zahlen, wenn er den erhöhten Schutz tatsächlich braucht.



Von Dr. Stefan Knoll, Vorsitzender des Vorstandes der Deutschen Familienversicherung AG



Die neue Nische: Private Autoinhaltsversicherung

Der moderne Mensch ist ständig im Auto unterwegs. Was er täglich braucht, nimmt er darin mit. Damit steigt der Bedarf für den passenden Versicherungsschutz des Wageninhalts. Privatkunden suchten in Deutschland bislang erfolglos danach. Das ändert jetzt die Ammerländer Versicherung.

Deutschland ist das „Mobilitätsland Nr. 1“, sagt Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt. Diese Einschätzung klingt zunächst selbstbewusst, lässt sich aber durch verschiedene Statistiken belegen, etwa das Deutsche Mobilitätspanel (MOP). Darin misst das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) im Auftrag des Bundesverkehrsministeriums regelmäßig das Mobilitätsverhalten der Menschen im Land. Dazu gehört die Verkehrsbeteiligung, also der Anteil der Bevölkerung, der an einem Stichtag unterwegs ist. Laut MOP 2015/16 liegt die Verkehrsbeteiligung im Durchschnitt bei 91,2% – an Wochentagen sogar bei 94,6%. Besonders mobil sind demnach die Altersgruppen der 18- bis 35-Jährigen und der 36- bis 60-Jährigen.

Pkw ist feste Größe

Zwar etablieren sich derzeit neue Mobilitätskonzepte, die sich etwa im Carsharing und dem Trend zum Elektrofahrrad zeigen. Letzterer spiegelt sich auch im MOP wider: 66,5% der erwachsenen Befragten gaben an, ein Fahrrad zu besitzen, Tendenz steigend. Diese Einschätzung teilen auch die Branchenverbände und das Bundesamt für Statistik. Trotzdem ist derzeit das Auto die feste Größe. Drei Viertel der Deutschen verbringen ihren Kurzurlaub im eigenen Land, 74% mit dem Auto, so der Deutsche Tourismusverband (DTV). Laut MOP 2015/16 ist der Pkw-Bestand auf rund 45 Millionen gestiegen – ein Plus von 1%. Zudem hätten 75,9% aller Erwachsenen einen

Führerschein und lebten in einem Haushalt mit Pkw. Auch hier liegen die jüngeren und mittleren Altersgruppen vorn. Erfasst wurden Privat- wie Dienstwagen.

Unterwegs und online

Die Zahlen zeigen also, dass die Deutschen tatsächlich mobil sind. Dazu gehört offenbar auch, dass sie immer erreichbar sind. Treiber dieser Entwicklung ist vor allem das mobile Internet. Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 hat ergeben, dass mit 58 Millionen Menschen 84% der Deutschen online sind (plus 4%). Die Studie verzeichnete einen „enormen Schub“ bei der mobilen Internetnutzung. Demnach gehen 28% der Bevölkerung täglich ins Internet, also 19 Millionen Menschen. Das seien zehn Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Besonders aktiv sei die Gruppe der unter 30-Jährigen, von denen 64% täglich unterwegs auf Inhalte zugreifen. Am liebsten gehen die Nutzer über das Smartphone online. Mit 66% hat es laut

der Onlinestudie einen Zuwachs von 14% hingelegt und wird damit erstmals stärker genutzt als der Laptop (57%). Das tägliche Leben lässt sich also unterwegs organisieren, mobile Endgeräte wie das Smartphone sind zu ständigen Begleitern geworden.

Alles ins Auto

Dieser mobile Lebensstil hat zur Folge, dass wir alles, was wir täglich brauchen, im Auto mitnehmen. Zu den Klassikern wie Handtasche, Portemonnaie, Brille und Jacke kommen noch die Sportausrüstung für den Abend oder das Gepäck für den Wochenendtrip. Darüber hinaus sind mit Navi, Handy oder Notebook vermehrt hochpreisige Geräte im Auto. Der Wert des Wageninhalts steigt also. Damit erhöht sich auch das finanzielle Risiko im Schadenfall, etwa bei Diebstahl, Raub oder bei einem Unfall. Nur haben übliche Versicherungen hier klare Grenzen. Das gilt zum Beispiel für die Klausel „Diebstahl aus Kfz“ in Hausratpolizen. Die Einschränkungen betreffen versicherte Gegenstände, Geltungsbereich sowie Entschädigungshöhe und Selbstbeteiligung. Kfz-Versicherungen kommen gar nicht auf. Im Ernstfall werden die Kosten für kaputte oder abhanden gekommene Dinge also nicht aufgefangen.

Rares Gut: Private Autoinhaltsversicherung

Vor diesem Hintergrund ist die private Autoinhaltsversicherung eine Nische mit Potenzial. Nur sind passend zugeschnittene Versicherungslösungen für Privatkunden in Deutschland noch unüblich. Spezielle Autoinhalts- bzw. Transportversicherungen zielen bislang eher auf Gewerbekunden ab. Hierzulande gingen damit Privatkunden auf der Suche nach Absicherung für ihren Autoinhalt meist leer aus.

Bewegung im Marktsegment

Nun kommt Bewegung in das Marktsegment, denn die Ammerländer Versicherung ist seit Juli mit einer privaten Autoinhaltsversicherung am deutschen Markt. Versichert sind privat sowie dienstlich genutzte Gegenstände im Inneren eines in Deutschland behördlich

Leistungsvergleich

✓ versichert ✗ nicht mitversichert	Hausratversicherung Diebstahl aus dem Kfz <small>(Standard-Deckung)</small>	Autoinhalts- versicherung Classic
Diebstahl, Raub <small>(auch bei Totalentwendung des Kfz)</small>	✓	✓
Brand, Explosion	✓	✓
Sturm / Hagel	✗	✓
Unfall mit dem Fahrzeug <small>(fremdverschuldet, eigenverschuldet)</small>	✗	✓
Europaweit	✗	✓
Rund um die Uhr / keine Nachtzeitklausel <small>(24-Stunden-Deckung)</small>	✗	✓
Wertsachen (Uhren, Schmuck etc.)	✗	✓
Bargeld	✗	✓
Elektronische Geräte <small>(z. B. Handy, Laptop, mobiles Navi)</small>	✗	✓
dienstlich genutzte Gegenstände	✗	✓

Der Überblick zeigt, welchen Mehrwert die private Autoinhaltsversicherung der Ammerländer im Vergleich zur Hausratversicherung bietet.
Quelle: Ammerländer Versicherung

zugelassenen Pkw. Das Produkt lässt sich für Privat- wie für Dienstwagen abschließen. Versichert sind unter anderem Wertsachen, Bargeld und amtliche Ausweise. Für Letztere werden die Kosten bei einer Wiederbeschaffung getragen. Der Versicherungsschutz gilt europaweit und eine Nachtzeitklausel entfällt. Zu den versicherten Gefahren zählt Einbruchdiebstahl aus dem Wagen. Auch Unfälle sind mitversichert – egal ob eigen- oder fremdverschuldet.

Nische mit Potenzial

Vermittler und Makler können sich über das Segment Autoinhaltsversicherungen für Privatkunden also eine neue Nische erschließen. Sie bietet Potenzial, weil sie dem beschriebenen Zeitgeist entspricht: Menschen, für die ein mobiler Lebensstil und die Nutzung von Endgeräten wie Smartphones stetig an Bedeutung gewinnt, werden abgeholt. Damit wird den neuen Kundenbedürfnissen Rechnung getragen und eine Lücke in der alltäglichen Absicherung geschlossen. ■



Von Ronny Knoll, Produktmanager Autoinhalt bei der Ammerländer Versicherung VVaG



Fahrerlos in ein neues Kfz-Zeitalter

(ac) Die Kfz-Technik und die Versicherungslösungen sind in Bewegung, Trends wie automatisiertes oder vernetztes Fahren stellen die Versicherer vor ungeahnte Herausforderungen. Es bieten sich aber auch neue Geschäftsfelder für die, die auf den Zug aufspringen.

Was lange Zeit wie Zukunftsmusik klang oder als Stoff für Kinofilme diente, wird in nicht allzu ferner Zukunft Realität sein: das automatisierte Fahren, bei dem der Fahrer mehr Passagier im eigenen Auto ist. Der technische Fortschritt hat rasant an Fahrt aufgenommen und die Kfz-Branche befindet sich auf dem Weg in ein neues Zeitalter. Digitalisierung und Automatisierung prägen den Markt und die Entwicklung hin zum autonomen Fahren wird nicht nur die Kfz-Branche, sondern die Mobilität der Gesellschaft und damit auch das alltägliche Leben verändern.

Aktuelle Trends wie Telematik, vernetztes Fahren und neue Mobilitätsdienstleistungen wie Carsharing stellen die Kfz-Versicherer vor weitere Herausforderungen. Wie sehr diese Trends die Branche bewegen, zeigt auch eine ganze Reihe von Kongressen, die sich dem Thema Telematik oder automatisiertem Fahren widmen. Auch die Internationale Automobil-Ausstellung Pkw in Frankfurt am Main wird im September unter dem Motto „Zukunft erleben“ die Megatrends im Kfz-Bereich beleuchten und Mobilitätskonzepte von morgen präsentieren.

Versicherer müssen sich auf neue Risiken einstellen

Die Mobilitätskonzepte und Szenarien rund um den technischen Fortschritt werfen viele Fragen auf: Wann ist es tatsächlich so weit und es begegnen uns fahrerlose Autos auf der Straße? Wie lange fahren wir noch selbst bzw. haben wir zukünftig überhaupt noch ein eigenes Fahrzeug? Um neuen Entwicklungen den Weg zu ebnen, gilt es hierbei auch den rechtlichen Hintergrund zu klären, dabei unter anderem das Thema Haftung.

Für die Versicherer wie auch Makler stellt sich die Frage, welche Versicherungslösungen notwendig sein werden, um künftige Risiken abzusichern und Kundenbedarf zu decken, etwa



„gesharten“ Auto befördern lassen, bleibt also noch Zeit, die eigene Fahrweise zu verbessern und damit bares Geld zu sparen, den Telematik-Tarifen sei Dank. Boxen im Auto oder Smartphone-Apps zeichnen das Fahrverhalten auf und geben die Daten an die Versicherung weiter. Je besser der Fahrstil, desto mehr Rabatt erhalten Versicherte. Immer mehr Versicherer springen derzeit auf den Telematik-Zug auf, denn viele sehen hier ein nicht zu unterschätzendes Vertriebspotenzial.

Versicherte empfinden Telematik als gerecht

Laut einer Umfrage des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) aus dem Jahr 2016 kann sich jeder vierte deutsche Autofahrer vorstellen, einen Telematik-Versicherungstarif abzuschließen. Außerdem hat eine Studie des Instituts für Versicherungswesen der TH Köln ergeben, dass Versicherte Telematik-Tarife durchaus als gerecht einstufen, wenn sich diese auf beeinflussbare Verhaltensmerkmale beziehen.

Im Rahmen der Studie zeigten sich 30% der Befragten bereit, ab einem Preisvorteil von 30% in einen Telematik-Tarif zu wechseln. Die meisten Studienteilnehmer gehen davon aus, dass sich mit den Telematik-Tarifen das Fahrverhalten ändert, 70% sind der Meinung, dass Autofahrer vorsichtiger unterwegs sind. Es bleibt abzuwarten, wie sich der Telematik-Bereich in den kommenden Jahren entwickeln wird und ob sich die von Experten prognostizierten Wachstumsraten erfüllen werden. Und die fernere Zukunft wird zeigen, wann unser Fahrstil und damit auch die Telematik keine Rolle mehr spielen werden, weil wir nicht mehr selbst fahren, sondern nur noch Passagier im Fahrzeug sind und uns damit mittendrin befinden im „fahrerlosen“ Zeitalter des autonomen Fahrens. ■

Fahrerlose TV-Stars

Sie hießen Herbie und Dudu und waren nicht irgendwelche VW Käfer, sondern die Vorreiter ihrer fahrerlosen Artgenossen – zumindest auf der Kinoleinwand in den 70ern. Immerhin musste sich niemand um die passende Kfz-Police oder Haftungsfragen Sorgen machen, wenn sich Herbie mit der Startnummer 53 ohne seinen Fahrer auf Rettungsmission begab. Herbie war ein Wunder-Auto mit eigenem Willen und verschiedenen Fähigkeiten, ebenso wie der gelbe Käfer „Dudu“. In den 80er-Jahren kam dann K.I.T.T., der schwarze Pontiac in der TV-Serie „Knight Rider“. Der Sportwagen war mit Hauptfigur Michael Knight im Kampf für Gerechtigkeit unterwegs und ausgestattet mit sprechender und künstlicher Intelligenz. Künftig werden Autos über Features und Zusatzleistungen verfügen, die sich die Drehbuchautoren damals sicher noch nicht ausgemalt hatten. Vielleicht nennt ja der ein oder andere Nostalgiker sein erstes selbstfahrendes Auto „Herbie“.

Cyberschutz für das immer komplexer werdende System Auto. Dabei geht auch ein kritischer Blick in die Zukunft, ob bzw. wann die klassische Kfz-Police überflüssig sein wird.

In dem aktuellen Sonderthema zur Kfz-Versicherung geben einige Versicherer Einblicke, wie sie die aktuellen Trends und ihre Auswirkungen auf ihr Geschäftsfeld beurteilen und wie sie sich für die Zukunft rüsten. Andrej Cacilo vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) gibt einen Ausblick, wann mit den ersten fahrerlosen Fahrzeugen auf den Straßen zu rechnen ist. Für die klassische Kfz-Versicherung und die bestehenden Marktstrukturen gibt er zunächst Entwarnung: Die Entwicklung vollzieht sich derzeit zwar rasant, aber dann doch nicht von heute auf morgen.

Telematik-Tarife zunehmend im Fokus von Versicherern

Bis Versicherte nicht mehr selbst fahren, sondern sich von ihrem eigenen oder

Sonderthema im Überblick

„Die Herausforderungen in Kfz sind nicht über den billigsten Preis zu meistern“

Die rasante Entwicklung am Kfz-Markt erfordert neue Versicherungslösungen

Die Folgen des autonomen Fahrens für die Kfz-Versicherung

Was Oldtimer-Besitzer und ihre Autos bei der Absicherung besonders macht

„Die Herausforderungen in Kfz sind nicht über den billigsten Preis zu meistern“

Interview mit Frederik Waller, Leiter Maklervertrieb der Itzehoer Versicherungen

Die Kraftfahrzeugsparte ist einer der Wachstumsmotoren der Itzehoer Versicherungen, die bei ihrem Angebot auf den richtigen Mix aus Preis, Leistung, Service und Ökologie vertraut. Bei Telematik kämpft sie heute nicht anders als andere um ein besseres Verständnis aller Beteiligten, mit der Perspektive, dass die noch junge Technik eines Tages ein normaler Bestandteil jeder Kfz-Versicherung sein wird.

Herr Waller, mit welchen Gefühlen gehen Sie der diesjährigen Wechselsaison entgegen?

Wir sehen der diesjährigen Wechselsaison entspannt und voller Tatendrang entgegen. Die ganz wilden Zeiten mit pauschalen Nachlässen und Rabattschlachten liegen ein paar Jahre zurück. Der Markt und der Wettbewerb achten mehr auf auskömmliche Tarifierungen.

„Versicherungsmakler wie auch Versicherte werden die Branchenherausforderungen durch Digitalisierung und andere Megatrends nicht über den billigsten Preis meistern.“

Durch die insgesamt aber differenziertere Kalkulation, etwa durch multivariate Tarife, können bei Wechselangeboten trotzdem höhere Beitragsunterschiede entstehen.

Sie selbst hatten „Frühbuchern“ Beitragsstabilität für das Jahr 2018 zugesagt. Fruchten solche Aktionen?

Solche Aktionen stoßen auf äußerst positive Resonanz. Die „Frühbuchern“ zugesagte Beitragsstabilität ermöglicht eine schlanke Abwicklung beim unterjährigen Wechselgeschäft – das wissen unsere Vertriebspartner sehr zu schätzen. Die Prozess erleichterung ist dabei der wesentlichere Vorteil. Die indirekt ablesbare Kontinuität in der Beitragsentwicklung ist in diesem Zusammenhang ein positiver Nebeneffekt.

Ist also der Preis nach wie vor das Maß aller Dinge bei der Kfz-Versicherung?

Das Verhältnis von Preis zu Leistung muss schon stimmen. Bei Maklern und Mehrfachagenten haben Anbieter sonst keine Chance. Billig ist halt häufig nicht preiswert und zielführend. Vor allem der persönlich beratende Vermittler benötigt besondere Leistungen sowie passende und funktionierende Services, die den Kunden überzeugen. Gerade im Schadenfall muss es ihm gelingen, die Servicequalität zu gewährleisten. Versicherungsmakler wie auch Versicherte werden die Branchenherausforderungen durch Digitalisierung und andere Megatrends nicht über den billigsten Preis meistern.

Welche Leistungsunterschiede bietet dann die Itzehoer ihren Kunden bei den Tarifen?

Im Tarif „KOMPLETT“, der überwiegend bedient wird, ist es die Summe der Einzelteile. Die Leistungsunterschiede stecken oft im Detail, zum Beispiel bei dem Thema „Abzüge Neu für Alt“. Die Itzehoer legt größten Wert darauf, Erwartungen und Wünschen ihrer Kunden auf höchstem Niveau mehr als gerecht zu werden. Das beginnt bereits mit der kundenorientierten individuellen Kommunikation. Vertriebspartner heben immer wieder vor allem die Qualität und Effizienz der Itzehoer-Schadenabwicklung hervor. In unserem Schaden-Service-Center arbeiten ausschließlich Versicherungskaufleute. Die meisten von ihnen haben ihre Ausbildung bei der Itzehoer absolviert, sind sozusagen Experten mit „grünem Blut“. Die Serviceleistungen sind von derart hoher Qualität, dass nicht wenige Vertriebspartner ihre Kunden einfach zu uns durchstellen, wenn diese telefonisch einen Schaden melden. Das hat in der Branche Seltenheitswert und belegt das enge Vertrauensverhältnis zu unseren Vertriebspartnern.

Welche anderen Bausteine und Produkte sind hier noch gefragt?

Unser Tarif „TOP DRIVE“ punktet beispielsweise insbesondere mit der Direktregulierung. Wir „regulieren“ hier – auf Wunsch des Endkunden – Ansprüche gegen Dritte wie zum Beispiel gegen andere Kfz-Versicherer oder gegen den kommunalen Schadenausgleich. Hinterher wird ein Regress durchgeführt. Erhalten wir mindestens 75% der Aufwendungen zurück, wird die Vollkaskoversicherung des Endkunden, die für diese Leistung notwendig ist, nicht belastet. Daneben steht bei unseren Vertriebspartnern die 24-monatige

Neupreiseschädigung bei Totalschaden hoch im Kurs.

Der Fahrerschutz gewinnt an Bedeutung. Im vergangenen Jahr haben wir mit einigen Vertriebspartnern gemeinsam Einschlusskampagnen gefahren. Die Abschlussquoten sind erfreulich hoch.

Mit diesen Themen haben wir uns noch bei den klassischen Themen der Kfz-Versicherung bewegt. Wie sieht es mit Ihrem Telematik-Tarif aus? Ist das mehr als ein Versuchsballon?

Bei unserem Telematik-Pilotprojekt kommt es uns vor allem darauf an, Erfahrungen zu sammeln. Wir sind als Kfz-Versicherer gefordert, diese Technik – zusammen mit unseren Vertriebspartnern – zu beherrschen und Angebote und Services auf diesem Gebiet zu entwickeln. Mittelfristig werden Elemente aus dieser Technologie auch zu Bestandteilen ganz „normaler“ Versicherungsprodukte. Die Zusammenarbeit der Versicherungswirtschaft mit den Autoherstellern wird in Zukunft schon durch die digitale Vernetzung immer enger werden.

Während heute die Digitalisierung der Trend ist, waren es vor wenigen Jahren noch Ideen für mehr Nachhaltigkeit – auch bei Sachversicherungen. Spielen diese noch eine Rolle bei Produktentwicklungen?

Ökologie und Nachhaltigkeit gehören zu den Megatrends, die relevant sind. Studien belegen, dass Kunden die Anbieter von ökologischen nachhaltigen Produkten positiv bewerten. Das gilt selbst dann, wenn solche Produkte – vielleicht aus Budgetgründen – nicht gekauft werden können. Die Itzehoer kooperiert seit März 2017 mit „grün versichert“. In dem gemeinsamen Kfz-Produkt garantieren wir eine zu 100% nachhaltige Anlage des kompletten Versicherungsbeitrags. „grün versichert“ lässt für jeden Vertrag einen Baum pflanzen.

Die größeren Treiber sind im Kfz-Versicherungsgeschäft aber trotzdem eher die digitalen Angebote. Versicherer und Versicherungsmakler haben Konkurrenz bekommen durch Vergleichs-

programme und andere digitale Angebote. Was bleibt für den Makler?

Versicherungsmakler und Maklerversicherer tun gut daran, Digitalisierung als gemeinsame Chance zu erfassen. Ohne digitale Prozesse wären wir alle nicht mehr wettbewerbsfähig. Jetzt geht es um die nächste Stufe. Individuelle und persönliche Beratung kann auch online durch Versicherungsmakler stattfinden. Der persönliche Vermittler wird zum Lotsen durch die digitale Welt mit Online- und Offline-Beratung. Da gibt es genug zu tun.



Frederik Waller

Wie können Sie Versicherungsmakler hier unterstützen?

Die Unterstützung der Itzehoer verläuft zweigleisig. Erstens leisten wir eine effektive Vertriebsunterstützung. Die erwähnte Kampagne zum Einschluss des Fahrerschutzes haben wir on- und offline geführt. Im Internet wurde der Endkunde auf eine Landingpage gelotst, wo er sich nicht nur informieren, sondern die Versicherung auch online abschließen konnte. Zweitens unterstützen wir Vermittler mit den Angeboten der Itzehoer.akademie. Neben Fachthemen bilden entwicklungspsychologische Inhalte deren Herzstück. Im weitesten Sinne geht es hier um persönliche und unternehmerische Weiterentwicklung des Einzelnen. Das Programm stößt auf großes Echo.

Was ist Ihnen in der Zusammenarbeit weiter wichtig?

Viele Produkte verlangen eine gute Eins-zu-eins-Beratung, basierend auf Kompetenz, Vertrauen und Nähe, also Eigenschaften, die den Itzehoer Maklervertrieb von Beginn an kennzeichnen. Daher beruht unsere Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern auf dem Prinzip „von Mensch zu Mensch“. Vertriebspartner lieben ihre vertrauten Ansprechpartner – das wissen wir wegen des Erfolgs unserer Eins-zu-eins-Betreuung am besten. Zusammenarbeit mit gegenseitigem Respekt und auf Augenhöhe ist das, was wir bieten und suchen – auch in Zukunft.

„Viele Produkte verlangen eine gute Eins-zu-eins-Beratung, basierend auf Kompetenz, Vertrauen und Nähe [...]. Daher beruht unsere Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern auf dem Prinzip ‚von Mensch zu Mensch‘.“

Und wo müssen Versicherungsmakler selbst die Weichen stellen, gerade in Sparten wie der Kfz-Versicherung?

Es ist sehr hilfreich, wenn das eigene Geschäftsmodell klar umrissen ist. Wer sind meine Kunden? Was ist mein Leistungsversprechen für meine Kunden? Was ist der Vorteil gegenüber meinen Mitbewerbern? Wie kommuniziere ich zukünftig mit meinen Kunden? Vertrauen ist der Anfang von allem – und damit werden sich viele Makler gut behaupten können. ■



Die rasante Entwicklung am Kfz-Markt erfordert neue Versicherungslösungen

Das Marktumfeld der Kfz-Versicherer verändert sich derzeit stark. So wurde der technische Fortschritt in den letzten Jahren zwar als großer Trend prognostiziert, doch dessen Dynamik und atemberaubende Geschwindigkeit überraschen nun selbst die Experten.

Wer hätte es vor ein bis zwei Jahren für möglich gehalten, dass ein Fahrzeug der oberen Mittelklasse auf einer deutschen Autobahn bis zu 180 km/h selbstständig einen Überholvorgang durchführen kann? Oder wer hätte vorausgesehen, dass das Automatikgetriebe eines Fahrzeugs aufgrund von GPS-Daten zum aktuellen Gefälle oder zur Geschwindigkeitsbegrenzung weiß, welche Fahrstufe die beste ist und in diese automatisch wechselt? Nicht nur die enorme Entwicklung der Fahrassistenzsysteme, sondern auch die Kommunikationstechnologie der Fahrzeuge und die Digitalisierung unseres Lebensalltags schreiten unaufhaltsam voran.

Auswirkungen des autonomen Fahrens auf Versicherer

Das teilautonome Fahren wird in Zukunft wohl ins autonome Fahren übergehen. Aktuelle Prognosen verschiedener Beratergesellschaften gehen von einer Marktdurchdringung bis 2030 aus und prognostizieren für das Marktvolumen in Kraftfahrt ein Minus von 15 bis 20%. Begründet wird dies mit einer Abnahme der Schadenhäufigkeit und dem Rückgang des Schadenbedarfs.

Diesen Prognosen stehen die aktuellen Entwicklungen entgegen: Die Prämien werden 2017 steigen, weil die Fahrzeugdichte zunimmt und die bessere Technik den Schadenaufwand treibt. Erst wenn die Technologie in allen Fahrzeugklassen durchgängig verbaut wird, reduzieren sich die Kostenraten. Dann wirkt sich ein sinkender Durchschnittsschaden auch auf einen Beitragsrückgang aus.

Weiterer Trend: Carsharing

Der Wunsch der Kunden nach individuellen und bequemen Lösungen im Bereich der Mobilität wird durch die Carsharing-Modelle der Automobilhersteller befriedigt. Das Angebot etwa von DriveNow, car2go oder Stadtmobil in Großstädten macht

den Verzicht auf ein eigenes Fahrzeug möglich. Die Nutzung ist einfach, bequem und dank der Digitalisierung ganz individuell per Smartphone-App bedienbar. Für das Marktumfeld Kfz bedeuten die Carsharing-Modelle nicht zwangsweise eine Abnahme der Anzahl an versicherten Risiken, vielmehr könnte es sich um eine Verlagerung der Fahrzeugstückzahl von privater auf gewerbliche Nutzung handeln.

Kfz-Vernetzung durch Car-to-Car und Telematik

Einige deutsche Automobilhersteller bieten die Car-to-Car-Kommunikation an. Sie kann als Frühwarnsystem eingesetzt werden, indem sich Fahrzeuge gegenseitig etwa über Unfälle oder Staus informieren. Das System funktioniert beispielsweise auch bei Ampeln: „In fünf Sekunden schalte ich auf Rot“, funkt die Steuerung an einer Ampelkreuzung. Empfängt ein entsprechend ausgerüsteter Wagen das Signal, kann er dem Fahrer anzeigen, mit welchem Tempo er noch durchkommt. Reicht es nicht mehr, kann er den Wagen ausrollen lassen, ohne unnötig Gas zu geben.

Alle großen Versicherer beschäftigen sich derzeit mit dem Thema Telematik. Mit rund 100.000 Verträgen steht der Telematik-Markt in Deutschland noch am Anfang. Fachleute sehen große Wachstumspotenziale und einen Marktanteil

von bis zu 10% im Jahr 2025. Nach einer Prognose des Beratungsunternehmens Gartner werden bis zum Jahr 2020 weltweit 250 Millionen vernetzte Fahrzeuge auf den Straßen unterwegs sein. Die Versicherungsbranche wird daher an Telematik-Lösungen nicht vorbeikommen. Sie machen eine risikogerechtere Tarifierung möglich und tragen außerdem dazu bei, dass sicherer gefahren wird und sich die Zahl der Schäden reduziert.

Telematik-Lösung der Württembergischen

Auch die Württembergische Versicherung zählt seit Juli zu den Anbietern einer Telematik-App. Die mit dem Telekommunikationskonzern Vodafone realisierte Telematik-Lösung richtet sich an Fahranfänger unter 30 Jahren. Bei Interesse an der App erhalten diese unter bestimmten Voraussetzungen eine Ersteinstufung mit 60%. Ob die preisgünstige Sondereinstufung dauerhaft gewährt wird, kann der Fahranfänger mit seinem in der Telematik-App aufgezeichneten Fahrverhalten selbst beeinflussen.

Bedienung der Kundenschnittstelle wird immer wichtiger

Der Wandel in der Kfz-Versicherung vollzieht sich jedoch vor allem durch die Digitalisierung unserer Gesellschaft und durch Änderungen des Kaufverhaltens, des Dienstleistungsbedarfs und der Produkte. Ein möglicher Verlust der Kundenschnittstelle durch Aggregatoren, Online-Makler oder digitale Finanzassistenten muss durch ein positives Kundenerlebnis ausgeglichen werden.

Für den Kunden sollte der Kontakt zum Versicherungsunternehmen einfach, bequem, überall möglich und individuell sein und für den Vermittler kundenorientiert, effizient und schnell. Daher müssen diese Attribute bei den Versicherungsunternehmen im Mittelpunkt der Ausgestaltung der Produkte und der digitalisierten Prozesse stehen.

Die Württembergische Versicherung und die Württembergische Vertriebspartner GmbH investieren daher in die Automatisierung der Geschäftsprozesse und in die Digitalisierung der Kunden-

schnittstelle. Unter anderem wird nachhaltig an der Implementierung der relevanten BiPRO-Normen gearbeitet.

Produktqualität und Schadenservice als Schlüssel zum Erfolg

Um von den Kunden positiv erlebt werden zu können, setzt die Württembergische darüber hinaus auf hochwertige Produktausgestaltung und hervorragenden Schadenservice. Mit dem „PremiumSchutz“ im Pkw-Bereich hat die Württembergische ein entsprechendes Deckungskonzept entwickelt. Ihr Schadenmanagement bietet nun den optionalen Baustein „Schadenservice+“ an. Damit erhalten Kunden im versicherten Schadenfall ein kostenloses Ersatzfahrzeug während der Reparatur in einer der TÜV- und DEKRA-zertifizierten Partnerwerkstätten der Württembergischen. Neben dem Holen und Bringen des Kundenfahrzeugs übernimmt die Partnerwerkstatt auch dessen Reinigung. Zudem wird auf eine mit Originalersatzteilen durchgeführte Reparatur eine Garantie von sechs Jahren gewährt. Dies macht sowohl für Kunden als auch für Vermittler den Schadenfall einfacher.

Oldtimer werden immer beliebter: Lösung „Best for Cars“

Die Württembergische hat auf einen weiteren Trend im Kfz-Bereich reagiert. So wurde der Leistungsumfang ihrer Spezialversicherung „Best for Cars“ für Oldtimer, Youngtimer und Sammlerfahrzeuge im Juli nochmals deutlich erweitert. Denn gerade Oldtimer stehen bei vielen Verbrauchern hoch im Kurs. Neben dem ideellen Wert sind Oldtimer zur lukrativen Geldanlage geworden. Das bedarf einer angemessenen Versicherungslösung. Mit dem Zusatzbaustein „Wiederaufbauversicherung“ bietet die Württembergische einen Schutz über Marktstandard an. Dieser Baustein übernimmt die Differenz zwischen dem oft sehr teuren Wiederaufbau und dem reinen Fahrzeugwert. Voraussetzung für eine Wiederaufbauversicherung ist, dass das Fahrzeug restauriert wurde und mehr Geld im Fahrzeug steckt, als es tatsächlich wert ist. ■

Von Rainer Gelsdorf, Geschäftsführer der Württembergischen Vertriebspartner GmbH



Die Folgen des autonomen Fahrens für die Kfz-Versicherung

Interview mit Andrej Cacilo vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO)

Angesichts der schnellen Entwicklung beim autonomen Fahren stellt sich die Frage, wann die ersten Autos fahrerlos auf den Straßen unterwegs sein werden und welche Folgen sich für die Kfz-Versicherung ergeben. Fraunhofer-Experte Andrej Cacilo betont, dass die Kfz-Versicherung nicht von heute auf morgen überflüssig sein wird, doch die Branche mit sinkenden Umsätzen rechnen muss.

Herr Cacilo, wie weit ist denn die Forschung beim autonomen Fahren? Wann können wir auf der Straße mit selbstgesteuerten Autos rechnen?

Hochautomatisiertes Fahren wird sehr zeitnah realisiert werden. Bereits ab nächstem Jahr werden wir diese Funktion in deutschen Oberklassefahrzeugen sehen. Allerdings wird die Nutzung zunächst auf Stausituationen (≤ 60 km/h) auf der Autobahn beschränkt sein. Der Funktionsumfang wird aber zunehmen, die Systeme also immer ausgereifter und immer mehr Situationen und breitere Geschwindigkeitsbereiche abdecken können.

Und wann sind wir alle nur noch Passagier im eigenen Auto?

Zwischen der Markteinführung autonomer Fahrzeuge und dem Zeitpunkt, zu dem wir alle nur noch Passagiere sein werden, werden Jahrzehnte vergehen. Der deutsche Fahrzeugbestand mit knapp 45 Millionen Pkw verändert sich bei unter 4 Millionen Neuzulassungen pro Jahr nur langsam.

„Zwischen der Markteinführung autonomer Fahrzeuge und dem Zeitpunkt, zu dem wir alle nur noch Passagiere sein werden, werden Jahrzehnte vergehen.“

Selbst die meisten Fahrerassistenzsysteme haben derzeit nur einstellige prozentuale Marktanteile, sodass selbst hier die breite Marktdurchdringung erst noch bevorsteht.

Wird es überhaupt beim Kauf eines Fahrzeugs bleiben oder wird sich verstärkt Carsharing durchsetzen?

Carsharing und andere Mobilitätsdienstleistungen werden weiter an Bedeutung gewinnen. Die meisten Studien gehen aber auch künftig und langfristig von einem Mischverhältnis von Besitz-Pkw und Dienstleistungs-Pkw aus. Man muss sich bewusst sein, dass Carsharing zwar mit zweistelligen Wachstumsraten jährlich wächst, aber immer noch Jahre davon entfernt ist, auch nur 1% der deutschen Verkehrsleistung abzudecken. Die Automobilindustrie tut zudem alles dafür, Automobile auch künftig noch als attraktives Produkt – und nicht nur im Rahmen von Mobilitätsdienstleistungen – zu vermarkten. Hierzu gehört es auch, die Fahrzeuge mit zusätzlichen Funktionen auszustatten. Die Nutzung der Kofferräume als „Briefkästen“ und der Traktionsbatterien als Speicher dezentral erzeugter Energie sind

Beispiele hierfür. Dennoch ist es zumindest eines der möglichen Szenarien, dass automatisierte Fahrzeuge als Mobilitätsdienstleistung in Form von „Robo-Taxis“ oder geteilten „Shuttles“ den Mobilitätsmarkt in Städten innerhalb von nur wenigen Jahren umkrempeln werden – zulasten des konventionellen Pkw-Absatzes und ggf. auch des konventionellen öffentlichen Verkehrs. Doch selbst in diesem Szenario gibt es ein unteres Limit für den Pkw-Absatz, da es nach wie vor viele Menschen gibt, denen der Pkw-Besitz wichtig ist.

Worin sehen Sie denn abgesehen von den technischen Voraussetzungen derzeit die größten Herausforderungen, um autonomes Fahren zu ermöglichen?

Datenschutz und Cybersecurity sind mit der Zunahme vernetzter Fahrzeuge generell eine große Herausforderung für die Automobilindustrie geworden. Obwohl die Anforderungen bekannt sind, halten es Experten für wahrscheinlich, dass es in den nächsten Jahren zu öffentlichkeitswirksamen Datenschutzverletzungen und Sicherheitslücken im Automobilbereich kommt.

Im Kontext des automatisierten Fahrens kommt hinzu, dass die Fahrzeuge ab der Stufe des hochautomatisierten Fahrens mit einem Fahrdatenspeicher ausgestattet sein werden, der Orts- und Zeitdaten sowie die Aktivität des Systems speichert. Dies dient dem Zweck, im Falle eines Unfalls die haftungs-, straf- und ordnungsrechtliche Verantwortung zu klären. Die Speicherdauer von im Regelfall einem halben Jahr sowie die Frage, unter welchen Umständen und an wen diese Daten herausgegeben

werden können, werfen Kritik von Datenschützern auf.

Die größte Herausforderung bei der Realisierung des automatisierten Fahrens besteht aber meiner Ansicht nach in der Absicherung der Systeme – vor und während der Betriebsphase. Die Anforderungen dabei sind hoch: Die Systeme sollen einen möglichst großen Funktionsumfang mit möglichst wenigen Übernahmesituationen bieten. Gleichzeitig soll die funktionale Sicherheit gewährleistet sein und Produkthaftungen sollen minimiert werden. Aufgrund der unzähligen kritischen Situationen, die im Verkehr auftreten können, wären für eine Validierung der Systeme nach heutigen Maßstäben Milliarden von Testkilometern notwendig. Das ist völlig unrealistisch, weshalb hierzu gerade adäquate Testverfahren entwickelt werden.

Über die Absicherung während der Betriebsphase wird hingegen bislang noch gar nicht öffentlich diskutiert. Wer erteilt nach welchen Kriterien eine situative Freigabe der Systeme? Die Automobilhersteller gehen davon aus, dass dies in ihrem Ermessen oder gar im Ermessen des Fahrzeugführers liegt. Eine alternative Perspektive wäre es, die (dynamische) Freigabe als sicherheitskritische öffentliche Aufgabe zu verstehen.

Der Bundesrat hat mit einem Gesetz den Weg dafür geebnet, dass hochautomatisierte Fahrsysteme die Kontrolle von Autos übernehmen dürfen. Wie sieht es mit der Haftung aus?

Grundsätzlich gilt weiterhin die Halterhaftung, was auch auf absehbare Zeit die praktikabelste Lösung darstellt. Je nach Unfallhergang und Einfluss des Systems werden die Versicherer dann die Automobilhersteller in Regress nehmen. Daher darf man gespannt sein, welche Arten von Regressansprüchen bei Unfällen in der Praxis dann tatsächlich geltend gemacht werden.

Wie wirkt sich das autonome Fahren auf die Kfz-Versicherung aus? Die Unfallzahlen sollen sinken, andererseits aber kleine Schäden aufgrund teurer Sensoren höhere Kosten verursachen?

Bei einzelnen, häufig beschädigten und mit der Sensorik zusammenhängenden Bauteilen wie Windschutzscheiben wird es den Effekt eines höheren Schadendurchschnitts geben. Das wird einige Prozentpunkte ausmachen. Insgesamt gehe ich davon aus, dass der Effekt durch sinkende Unfallzahlen und Schadenhäufigkeiten deutlich überwiegen wird und sich die Kfz-Versicherungsbranche auf sinkende Umsätze einstellen müssen. Allerdings passiert das nicht von heute auf morgen, sondern sukzessive im Verlauf von Jahrzehnten. Einschlägige Studien rechnen mit Negativeffekten von 10 bis über 50% innerhalb der nächsten 20 Jahre – je nach Szenario.



Andrej Cacilo

Die Versicherer setzen verstärkt auf Telematik-Tarife, die verantwortungsvolles Fahren belohnen. Sind solche Tarife oder generell die Kfz-Versicherung bald überflüssig?

Da die Entwicklung hin zu einem autonomen Verkehrssystem Jahrzehnte dauern wird, ist die klassische Kfz-Versicherung auf absehbare Zeit nicht überflüssig. Auch Telematik-Tarife werden in den nächsten Jahren mit dem steigenden Anteil vernetzter Fahrzeuge an Bedeutung zunehmen. Spätestens ab 2025 wird das Geschäftsvolumen der klassischen Kfz-Versicherung jedoch trendmäßig schrumpfen. Und dieser Trend ist dauerhaft.

Müssen Kfz-Versicherer Ihrer Einschätzung nach ihre Rolle anders definieren und neue Geschäftsfelder erschließen?

Ja. Die langfristig einschneidende Veränderung des Marktes ist abzusehen. Für eine Branche mit einem jahrzehntelang so stabilen Geschäftsmodell wie die Kfz-Versicherung ist dies eine große Herausforderung. Die Branche holt nun eine Entwicklung nach, die andere Wirtschaftszweige bereits durchlaufen haben. Das klassische Geschäftsmodell wird teilweise abgelöst.

Dennoch werden Schadenrisiken aus dem Verkehrsgeschehen nicht vollständig verschwinden. Auch in einem autonomen Verkehrssystem wird es noch Hagel- oder Wildschäden geben. Außerdem wird es durch automatisiertes Fahren auch Wachstumsfelder geben wie beispielsweise Rückrufabdeckungen, Produkthaftungen sowie verschiedenste Versicherungsangebote rund um Cyberrisiken. Unterm Strich bleibt jedoch die Erwartung, dass automatisiertes Fahren langfristig einen negativen Effekt für die Geschäftsvolumina der Kfz-Versicherung haben wird.

Sind Fahrer und Versicherungsmakler irgendwann außen vor und wird eine Police direkt über das Auto abgeschlossen? Und versichert künftig der Hersteller das Fahrzeug?

Die Marktanteile werden sich mittelfristig stärker Richtung Flottenbetreiber verschieben, was auch die Strategien und Strukturen der Marktakteure in der Kfz-Versicherung berühren wird. Auf absehbare Zeit wird sich aber an der grundsätzlichen Funktionsweise des Kfz-Versicherungsmarkts nichts ändern. ■

Was Oldtimer-Besitzer und ihre Autos bei der Absicherung besonders macht

Mit Standard-Kfz-Policen kennen sich die meisten Autobesitzer aus – mit Blick auf Oldtimer-Versicherungen hingegen gibt es noch Aufklärungsbedarf. Wie Deutschlands Classic-Car-Besitzer ticken und welche Missverständnisse sich rund um die Absicherung der historischen Fahrzeuge ranken.

Nach dem Sommer neigt sich die Oldtimer-Saison dem Ende zu und Classic-Car-Besitzer setzen sich vor dem Stichtag für reguläre Kfz-Versicherungen Ende November wieder verstärkt mit der Absicherung ihrer Schätze auseinander. Eine aktuelle Umfrage unter deutschen Oldtimer-Besitzern von TNS Infratest im Auftrag von Hiscox gibt Einblicke in ihr Nutzungsverhalten sowie ihren Versicherungsschutz.

Fahrspaß ist die Hauptsache

Die deutschlandweite Umfrage ergab, dass Oldtimerfahren für die Besitzer ein sehr emotionales Thema ist. Für 73% war beim Kauf des Fahrzeugs vor allem die Freude am Fahren ausschlaggebend und 64% gaben an, bewusst ein Sammler- bzw. Liebhaberstück erworben zu haben. Prestige spielt dagegen für die Mehrheit keine Rolle. So sehen 67% der Befragten ihren Oldtimer nicht als Statussymbol. Für 62% war auch die mögliche Wertentwicklung des Autos nicht kaufentscheidend. 74% der Befragten kauften ihr Fahrzeug zwischen März und August. Die warme Jahreszeit steht generell ganz im Zeichen der historischen Autos: 89% der Classic-Car-Besitzer nutzen ihr Fahrzeug privat und sind vorwiegend in den Sommermonaten unterwegs (49%).

Schäden auf der Straße und in der Garage

Sowohl beim Fahren als auch bei der Einlagerung nach der Saison lauern jedoch viele Gefahren, wie die Umfrageteilnehmer selbst erfahren mussten. 23% der Befragten hatten bereits einen Steinschlag an ihrem Oldtimer zu verzeichnen. Bei 15% kam es während einer Ausfahrt zu einem Unfall und 11% wurden Opfer von Vandalismus. Auf das Saisonende bereiten sich die Oldtimer-Besitzer nur teilweise mit speziellen Einlagerungsmaßnahmen vor. Immerhin 59% kümmern sich um eine trockene Einzelgarage für ihr Classic Car. Doch nur 29% bauen die Batterie über den Winter aus, obwohl diese im schlimmsten Fall platzen und große Schäden am Auto anrichten kann. In der kalten Jahreszeit hatten 29% mit Feuchtigkeits- bzw. Korrosionsschäden zu kämpfen und 8% bemerkten Frostschäden am Oldtimer.

Schadenfälle sind typische Ausfahrtrisiken

- 23%** hatten schon einmal einen Steinschlag
- 15%** erlebten einen Unfall während der Ausfahrt
- 11%** waren Opfer von Vandalismus

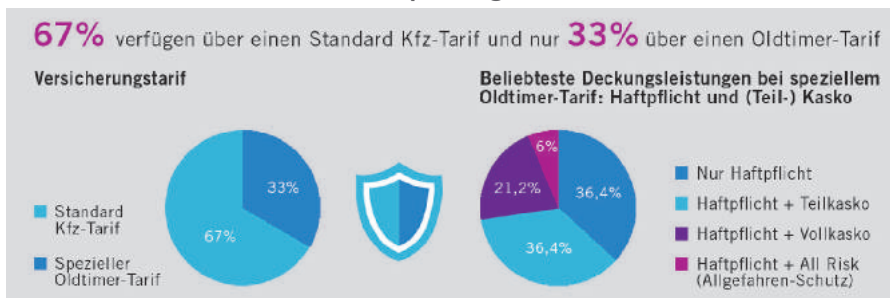


Gemäß der Hiscox Classic Cars Studie 2017 passieren viele Schadenfälle mit Oldtimern unterwegs: Schadenverursacher sind dabei am häufigsten Steinschläge.

Nachlässige Absicherung

Zwar ist das eigene historische Fahrzeug in den meisten Fällen nicht primär ein Anlageobjekt, doch ein großer Teil der Classic-Car-Besitzer behält die Wertentwicklung trotzdem im Auge. So rechnen 34% mit einer Wertsteigerung und 36% mit einem Werterhalt. Trotz der Liebe zum Oldtimer und den finanziellen Aspekten möglicher Schäden vernachlässigt die Mehrheit der Besitzer einen umfassenden Versicherungsschutz für das Fahrzeug. 67% der Befragten verfügen nur über einen Standard-Kfz-Tarif, davon haben 47,8% eine reine Haftpflicht und 44,8% eine Haftpflicht inklusive Teilkasko. 33% haben einen speziellen Oldtimer-Tarif abgeschlossen, davon jeweils 36,4% in Form einer reinen Haftpflicht bzw. einer Haftpflicht mit Teilkasko.

Ein Teil der Oldtimer ist nicht adäquat abgesichert



Laut Studie ist nur etwa ein Drittel der Oldtimer über einen speziellen Oldtimer-Tarif versichert. Quellen: Hiscox/TNS Infratest

Zeitwert vs. tatsächlicher Wert

Viele Oldtimer-Besitzer zögern, einen passenden Tarif abzuschließen – möglicherweise auch deshalb, weil sich viele Missverständnisse und Irrtümer rund um die Absicherung von Classic Cars ranken. Zum Beispiel gehen viele davon aus, dass eine Standard-Kfz-Versicherung auch für einen Oldtimer ausreicht und zudem günstiger zu haben ist. Wichtig ist es hier allerdings, einen Blick auf den versicherten Wert zu werfen: In einer Standard-Kfz-Versicherung werden die Autos in der Regel in ihrem Zeitwert nach den Kriterien des Schwacke-Indexes bewertet. Bei Oldtimern kann jedoch der eigentliche Wert weit über dem Zeitwert liegen, was Classic-Car-Besitzer unbedingt bei der Versicherung berücksichtigen sollten. Bei speziellen Oldtimer-Tarifen kann ausgewählt werden, ob der Marktwert, der Wiederbeschaffungs- oder der Wiederherstellungswert versichert werden soll. Weil in einer Spezialversicherung zudem keine Schadenfreiheitsklassen zugrunde gelegt werden und Fahrer auch im Schadenfall nicht hochgestuft werden, kann sie sogar günstiger sein als ein Standard-Kfz-Tarif.

Nicht erst das „H“ qualifiziert zum Classic Car

Ein weiteres Missverständnis bezieht sich auf das nötige Mindestalter, um eine Classic-Car-Police zu erhalten. So gehen viele Oldtimer-Besitzer davon aus, dass ihr Fahrzeug mindestens 30 Jahre alt sein muss und ein H-Kennzeichen benötigt. Doch unabhängig vom Kennzeichen können bereits Sammlerfahrzeuge ab einem Alter von 15 Jahren maßgeschneidert versichert werden. Ebenfalls gut zu wissen: Oldtimer-Besitzer müssen Haftpflicht und Kasko nicht zwingend beim selben Versicherer abschließen. Stattdessen ist es zum Beispiel möglich, die Haftpflicht für das Alltagsfahrzeug und das Classic Car bei einem Versicherer, die zusätzliche Oldtimer-Kasko aber bei einem anderen Versicherer abzuschließen. In vielen Fällen ist diese Kombination sogar besonders günstig, weswegen sich ein genauer Blick auf die jeweiligen Konditionen lohnt.



Oldtimer-Zubehör und Ersatzteile berücksichtigen

Viele Classic-Car-Besitzer vernachlässigen bei der Wahl ihrer Versicherung außerdem, dass mehr als das Auto geschützt werden muss. Denn teure Ersatzteile und Zubehör sind in der Garage nicht automatisch über die Hausratversicherung abgedeckt, weil Garagen oft nicht zum Versicherungsort zählen. So kann ein gestohlener Satz Ersatzreifen oder ein abhanden gekommenes historisches Autoradio für den Besitzer sehr teuer werden. Spezielle Oldtimerpolicen bieten den Vorteil, dass Ersatzteile und Zubehör in der Regel innerhalb einer festgesetzten Grenze automatisch mitversichert sind. Für besonders wertvolle Ersatzteile kann eine höhere Versicherungssumme vereinbart werden.

Gegen Unterversicherung vorsorgen

Mit einer passgenauen Classic-Car-Police sind Oldtimer-Besitzer grundsätzlich gut abgesichert. Doch es ist wichtig, auch die Wertentwicklung zu berücksichtigen und keine Unterversicherung zu riskieren. Diese Gefahr besteht dann, wenn der Wert des Oldtimers kurzfristig erheblich steigt. Passiert in diesem Zeitraum ein Unfall oder Diebstahl, reicht die festgelegte Versicherungssumme gegebenenfalls nicht aus, um den Schaden vollumfänglich zu decken. Aus diesem Grund ist in vielen Oldtimer-Versicherungen eine automatische Vorsorge enthalten. Trotzdem sollten Oldtimer-Besitzer besonders bei gefragten Modellen aktuelle Marktentwicklungen im Blick behalten und ihre Versicherung bei Bedarf anpassen.

Mit dem richtigen Hintergrundwissen zu den Abschlussmöglichkeiten lohnen sich Classic-Car-Policen für Old- und Youngtimer-Besitzer in jedem Fall. Vor allem angesichts des hohen emotionalen Wertes der Fahrzeuge sollten sie sich um einen umfassenden Schutz kümmern und das investierte Geld nicht leichtfertig durch einen unglücklichen Schadenfall riskieren. Bei der Wahl der passenden Versicherung unterstützen auch Makler, um mit den klassischen Missverständnissen rund um Classic-Car-Policen aufzuräumen. ■



Von Alina Sucker, Product Head Classic Cars & Fine Art bei der Hiscox Europe Underwriting Limited

Durchschnittliche Finanzierungssummen für Eigenheime springen stark an

(ac) Dr. Klein hat 120.000 Baufinanzierungen analysiert, um herauszufinden, wie sich die Spielregeln für Immobilienkredite durch die anhaltenden Niedrigzinsen verändert haben. Die Zahlen zeigen vor allem, dass die Deutschen deutlich mehr Geld aufnehmen als noch vor fünf Jahren. Für die erstmalige Finanzierung eines Hausbaus sind im Schnitt 296.000 Euro notwendig. 2011 lag der allgemeine Durchschnitt noch bei 224.000 Euro. In nur fünf Jahren ist die durchschnittliche Finanzierungssumme damit um rund ein Drittel gestiegen. Selbstständige nehmen mittlerweile sogar 320.000 Euro für ein eigenes Haus auf.

Wohnungen: Billiger, aber dynamischer

Für Wohnungen müssen Bundesbürger mit 229.000 Euro im Schnitt zwar deutlich weniger aufnehmen als für Häuser. Der Teuerungstrend ist hier aber noch stärker ausgeprägt. Vor fünf Jahren lag die Kredithöhe für Wohnungen im Durchschnitt bei lediglich 161.000 Euro. Das entspricht einer Steigerung der Darlehenssumme von 42%. Ebenfalls um 42% gestiegen ist die Darlehenssumme für den Kauf eines bestehenden Hauses. Nahmen Käufer 2011 noch 175.000 Euro auf, sind es fünf Jahre später schon 248.000 Euro.

Verjüngungstrend

Ein weiterer Trend ist die Verjüngung der Immobilienkäufer. Deutsche Bauherren sind mittlerweile im Schnitt 38 Jahre alt. Damit sind sie durchschnittlich fünf Jahre jünger als 2011. Bauherren entscheiden sich darüber hinaus früher für die Umsetzung des Traums der eigenen vier Wände als Käufer bestehender Immobilien. Im Schnitt sind sie eineinhalb Jahre jünger. Doch auch bei Käufern vorhandener Immobilien ist der Altersdurchschnitt seit 2011 um fünf Jahre gesunken – auf nunmehr 39 Jahre.



Für die Finanzierung des Traums der eigenen vier Wände nehmen die Deutschen heute deutlich mehr Geld auf als noch vor fünf Jahren.

Vermögen deutscher Haushalte deutlich angestiegen

(ac) Der Vermögenspreisindex des Flossbach von Storch Research Institute weist für das zweite Quartal 2017 mit 119,3 Punkten einen neuen Rekordwert auf. Die Vermögenswerte deutscher Haushalte haben sich demnach zum Ende des zweiten Quartals 2017 im Jahresvergleich um 7,7% verteuert. Dies ist der höchste Preisanstieg seit Beginn der Zeitreihe im Jahr 2005. Vor allem die Vermögen in Form von Aktien, Betriebsvermögen und Immobilien sind stark gestiegen. Aktien verbuchten eine Preiswachstumsrate von 21,9%, Betriebsvermögen von 21,1%. Bei Immobilien steht immerhin ein Plus von 5,9% zu Buche. Rentenwerte gaben hingegen um 3,1% nach, das sonstige Finanzvermögen um 3,4%.

Trübe Stimmung unter deutschen Immobilienfinanzierern

(ac) Die Stimmung unter den deutschen Immobilienfinanzierern trübt sich ein. Das belegt die aktuelle Ausgabe des BF.Quartalsbarometers, das im dritten Quartal 2017 von 0,49 auf 0,02 Zähler gesunken ist. Ein positiver Barometerwert steht für eine hohe Finanzierungsbereitschaft der Banken und eine gute Versorgung der Immobilienwirtschaft mit Krediten. Ein negativer Barometerwert bedeutet das Gegenteil. Liegt der Barometerwert nahe Null, zeugt dies von einem ausgeglichenen Markt.

Verschärfte Konkurrenz

Der Anteil der Befragten, der deutsche institutionelle Investoren wie Versicherungen oder auch Versorgungswerke als alternative Fremdkapitalgeber wahrnimmt, ist um 11,1 Prozentpunkte auf 36,7% gestiegen. Wegen des anhaltenden Anlagedrucks suchen Institutionelle laut BF.direkt vermehrt neue Nischen und treten als Finanzierer auf. Der steigende Wettbewerbsdruck zeige sich auch bei der Frage nach den Schwerpunkten bei der Kreditvergabe. Der Anteil der Institute, welche die Pflege von Kundenbeziehungen als ansehen, liegt mit 21,8% auf Rekordniveau.

Mit Maximo auch im Ruhestand von Kapitalmarktchancen profitieren

Seit Juli 2017 ist Swiss Life Maximo auch mit fondsgebundenem Rentenbezug erhältlich. Damit können Kunden auch im Ruhestand von den Renditechancen der Kapitalmärkte profitieren, da sie weiter in ihren Fonds investiert bleiben. Das Besondere dabei: Neben der Chance auf eine höhere Gesamtrente gibt es immer auch eine verlässliche Garantierente.

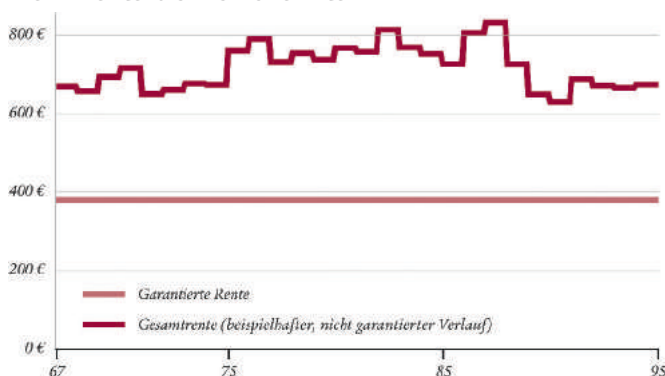
Die neue Variante von Swiss Life Maximo ist für die erste Schicht als steuerlich geförderte Basisrente und in der dritten Schicht für die private Vorsorge erhältlich. „Mit unserem neuen Maximo eröffnen wir den Kunden nun auch im Ruhestand weiter Renditechancen, denn ihr Geld wird weiter intelligent investiert. Konkret heißt das: Das Herzstück von Maximo – der sogenannte Anlageoptimierer – arbeitet auch während des Rentenbezugs weiter“, sagt Amar Banerjee, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter der Versicherungsproduktion von Swiss Life Deutschland.



Amar Banerjee, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter der Versicherungsproduktion von Swiss Life Deutschland

Ziel des neuen Maximo mit fondsgebundenem Rentenbezug ist es, eine möglichst hohe Gesamtrente zu erreichen, um die Versorgungslücke der Kunden zu schließen. Deshalb stehen die Vorteile eines sehr langfristigen Investments, das über die klassische Ansparphase hinausgeht, bei diesem neuen Produkt besonders im Fokus (siehe Grafik). „Das ist ein wichtiger Aspekt für unsere Kunden, schließlich leben sie immer länger und bleiben auch im hohen Alter aktiv“, sagt Banerjee und ergänzt: „Ein heute 20-Jähriger, der mit 67 in Rente geht, hat gute Aussichten, über 90 Jahre alt zu werden. Da ist es absolut sinnvoll, nicht nur die ersten 30 bis 40 Jahre des Berufslebens in renditeträchtigen Anlagen investiert zu sein, sondern auch im Ruhestand von den Chancen der Kapitalmärkte zu profitieren.“

Mehr Rente bis ins hohe Alter



Swiss Life Maximo mit fondsgebundenem Rentenbezug bietet neben der Chance auf eine höhere Gesamtrente auch eine verlässliche Garantierente.

Weitere Informationen unter www.swisslife.de.

Rendite und Sicherheit – Tägliche Guthaben-Kontrolle

Swiss Life trägt aber auch dem Sicherheitsbedürfnis der Menschen Rechnung. „Wir bieten neben der Aussicht auf eine höhere Gesamtrente auch die Sicherheit einer verlässlichen Garantierente. Mit dem neuen Swiss Life Maximo können unsere Kunden ihren Ruhestand also doppelt genießen“, sagt Banerjee. Was Maximo dabei besonders auszeichnet, ist seine schnelle Reaktionsfähigkeit auf das Kapitalgeschehen, um Renditechancen zu nutzen und Vermögenswerte zu sichern. Dafür beobachtet Maximo täglich das Geschehen

am Kapitalmarkt und greift im Bedarfsfall auch täglich ein, um das Investment neu zu strukturieren. Mit dieser tagesaktuellen Kontrollfunktion hebt sich Maximo deutlich von anderen Produkten am Markt ab, die lediglich auf monatlicher Basis agieren und etwaige negative Marktentwicklungen somit erst viel später abfangen können.

Volle Flexibilität in allen Lebensphasen

In der Variante Privatrente für die dritte Schicht bietet der neue Maximo nun auch in der Rentenphase die Möglichkeit, in einem gewissen Umfang Kapital zu entnehmen. Zuzahlungen sind auch im Rentenbezug jederzeit möglich und können zu einer Rentensteigerung führen. „Damit wird die Rentenversicherung auch im höheren Alter zur interessanten Alternative, wenn ein Geldbetrag rentabel angelegt werden soll“, sagt Banerjee. Zudem kann Maximo um die mehrfach ausgezeichnete Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung von Swiss Life ergänzt werden. Auch für die Hinterbliebenenversorgung stehen verschiedene Varianten der Todesfallleistung zur Auswahl.

Swiss Life – für ein selbstbestimmtes längeres Leben

Kontinuität, Verlässlichkeit und Sicherheit sind Werte, für die Swiss Life seit über 150 Jahren einsteht. Das kommt auch bei Solvency II zum Ausdruck. „Hier zeigen wir die Kapitalstärke von Swiss Life. Unsere Bedeckungsquote liegt bei 391 Prozent ohne Übergangsmaßnahmen. Das dokumentiert, dass Swiss Life auch bei anhaltend niedrigen Zinsen ihre Verpflichtungen gegenüber ihren Kunden dauerhaft erfüllen kann“, sagt Banerjee.

Deposit Solutions übernimmt Konkurrent SAVEDO

(ac) Deposit Solutions übernimmt den Konkurrenten SAVEDO. Die Übernahme des Berliner Festgeld-FinTechs soll vor allem die Internationalisierung des Endkundengeschäfts beschleunigen. Der Standort in Berlin sowie die bisherige Geschäftsführung bleiben erhalten. Mit seiner Open-Banking-Lösung für Tages- und Festgeldangebote hat sich Deposit Solutions seit der Gründung 2011 als Infrastrukturanbieter für das europäische Einlagengeschäft etabliert und Partner wie die Deutsche Bank oder die Fidelity-Tochter FFB an seine Plattform angeschlossen.

Internationalisierung vorantreiben

Seit September 2015 macht das Unternehmen unter der Marke ZINSPILLOT seine Technologie zudem auch für die Sparer verfügbar, deren Hausbank die Plattform nicht integriert hat. Ab sofort erweitert Deposit Solutions seine B2C-Aktivitäten mit der Übernahme von SAVEDO um eine Marke mit mehr als 18.000 registrierten Anlegern, 13 Partnerbanken und Auslandsaktivitäten in Österreich und den Niederlanden. Die Deposit Solutions will mit dem Zukauf vor allem die Internationalisierung des B2C-Geschäftsbereichs vorantreiben. Christian Tiessen, der Gründer und Geschäftsführer von SAVEDO, wird zukünftig neben seiner Funktion als Geschäftsführer der SAVEDO GmbH auch die Internationalisierung des B2C-Geschäfts von Deposit Solutions übergreifend vorantreiben. Der Standort der SAVEDO GmbH in Berlin wird weitergeführt. Über den Kaufpreis haben die Beteiligten Stillschweigen vereinbart.

Jede vierte Bank hat ein FinTech gegründet

(ac) Deutschlands Banken bringen selbst neue FinTechs hervor. Jedes vierte Kreditinstitut (27%) hat bereits ein FinTech gegründet, etwa in Form einer selbstständigen Digitaleinheit unter dem Konzerndach oder als komplett losgelöste Marke. Dies geht aus dem Branchenkompass Banking 2017 von Sopra Steria Consulting und dem F.A.Z.-Institut hervor. Um für mehr Innovationen im eigenen Haus zu sorgen, ist die Gründung eigener FinTechs mittlerweile ein verbreitetes Mittel.

Suche nach digitalen Innovatoren

Ebenfalls verbreitet ist die punktuelle Zusammenarbeit mit Start-ups. 61% der Institute arbeiten in irgendeiner Form mit einem Finanztechnologieunternehmen zusammen. Laut Sopra Steria suchen die Banken die Nähe zu digitalen Innovatoren, um das Kundenerlebnis sowie die Abläufe zu verbessern und digitale Leistungen voranzubringen, beispielsweise im Zahlungsverkehr durch mobile Verfahren oder in der Beratung durch Robo-Advisor.

Direktbanken aufgeschlossener

Wie aufgeschlossen sich ein Institut gegenüber einer Kooperation mit einem Finanz-Start-up zeigt, variiert je nach Typ der Bank und ist im Wesentlichen vom Geschäftsmodell abhängig. Dem Branchenkompass zufolge erweisen sich Direktbanken aufgeschlossener. Partner sind häufig Plattformen wie Lendstar, Moneymeets und Wikifolio. Großbanken ergänzen Leistungen eher selektiv, beispielsweise beim Scannen von Überweisungen per Smartphone. Zudem entwickeln sie mehr selbst.

Kauf von FinTechs weniger attraktiv

Ein Technologieunternehmen zu übernehmen, scheint für Banken weniger attraktiv. Laut Branchenkompass berichten 16% der Bankentscheider von umgesetzten Fusionen. Die Gründe für die seltenen Übernahmen liegen laut Sopra Steria am finanziellen Aufwand. Dazu kommt die schwierige Integration beider Unternehmenskulturen. Bei Kooperationen lassen sich der finanzielle Aufwand und das Risiko hingegen beschränken und zugleich rasch Leistungen ergänzen. Zudem können Banken dabei auch kurzfristig den Anbieter und die Technologien je nach Marktentwicklung wechseln.



FinTechs liegen heute auf den Tischen vieler Entscheidungsträger deutscher Banken. 61% der Institute arbeiten in irgendeiner Form mit FinTechs zusammen.

BaFin wickelt spanische Bitcoin-Plattform ab

(ac) Kryptowährungen wie Bitcoin boomen auch in Deutschland. Plattformen für den Handel mit den digitalen Währungen brauchen hierzulande allerdings eine Erlaubnis der Finanzaufsicht BaFin. Eine solche hat die Cryp Trade Capital Ltd. nicht. Cryp Trade Capital ist der Betreiber der Handelsplattform www.cryp.trade. Auf dieser werden Bitcoin und andere Kryptowährungen gehandelt. Da der Betreiber die Rechnungseinheiten im eigenen Namen, aber auf Rechnung der Kunden ankauft und verkauft, ist das Geschäft laut BaFin als Finanzkommissionsgeschäft und damit als Bankgeschäft einzustufen. Die Finanzaufsicht unterstellt Cryp Trade Capital Ltd. daher ein unerlaubt betriebenes Bankgeschäft in Deutschland und hat dieses entsprechend untersagt. Das Unternehmen aus dem spanischen Alicante muss nun sein deutsches Geschäft unverzüglich abwickeln.

Viele Verbraucher kennen Effektivzins nicht

(ac) Knapp zwei Drittel der Verbraucher haben zwar schon einmal vom Effektivzins gehört. Doch gerade einmal jeder fünfte Verbraucher kennt seine Funktionsweise und ist sich bewusst, dass der Effektivzins in der Regel höher ist als der Sollzins, Kreditnebenkosten beinhaltet und dazu dient, die Gesamtkosten unterschiedlicher Darlehensangebote miteinander zu vergleichen. Mehr als zwei Drittel haben die Bedeutung nur teilweise oder gar nicht verstanden. Das zeigt eine repräsentative Umfrage des Marktwächter-Teams Finanzen der Verbraucherzentrale Bremen.

„Erschreckendes Gesamtbild“

Die Umfrage belegt laut den Verbraucherschützern, dass viele nicht wissen, was genau sich hinter dem Effektivzins verbirgt. Das betreffe die Mehrheit der Verbraucher aller Alters- und Bildungsgruppen. Besonders erschreckend sei, dass jeder Vierte der Befragten, die den Begriff Effektivzins noch nie gehört haben, schon einmal ein Darlehen bei einer Bank oder Sparkasse aufgenommen hat. Dabei sei es gerade vor dem Abschluss einer Immobilienfinanzierung ungemein wichtig zu wissen, welche Kosten sich in welcher Höhe hinter Kreditangeboten verbergen.

Anzeige

ZIELSTREBIG

MIT RHION NACH VORNE

Nur wer das Ziel nicht aus den Augen verliert, trifft auf dem Weg die richtigen Entscheidungen.

Nutzen Sie Ihre Chance, mit uns weiter zu wachsen. Sprechen Sie uns an.

www.rhion.de

Rhion
VERSICHERUNGEN

RHION
www.rhion.de
MTK
Hervorragend
Betreuung
& Service



Acht Wege zu mehr Baufinanzierungen

Die BS Baugeld Spezialisten überarbeiten und erweitern die Services für ihre Partner. Im Mittelpunkt stehen dabei das neue Kundenverhalten und die modernen Touchpoints, an denen Vermittler heute präsent sein müssen.

Wie werden Kunden morgen kaufen? Das ist eine Frage, die sich jedes Unternehmen stellen muss. Das gilt natürlich auch im Bereich der Baufinanzierung. Sicher ist: Kunden erwarten eine passende Ansprache an jedem Touchpoint. Dort müssen sich auch Vermittler von Baufinanzierungen präsentieren und den Kundenzugang ermöglichen. Acht mögliche Wege zu mehr Erfolg haben die BS Baugeld Spezialisten identifiziert und mit Leben gefüllt.

Durch das Einfallstor

Wer nach einer Baufinanzierung sucht, möchte tief gehende Informationen, die gleichzeitig leicht verständlich aufbereitet sind. Das kann eine aktuelle Zinsauskunft sein oder eine Grafik, die besagt, was man sich leisten kann. In einem zweiten Schritt folgen komplexere Fragestellungen, die tiefgründige Antworten verlangen. Hier geht es beispielsweise um die Wahl der zum Lebenskonzept passenden Darlehensform. Das Informationsbedürfnis des Kunden ist groß und er erwartet eine entsprechende Qualität und Aufbereitung der Informationen, um schließlich darüber einen Partner zu finden, der einen versteht und an den man sich anlehnen kann. Und Baufinanzierungsvermittler wissen, dass eine Finanzierungsberatung zuallererst eine Lebensberatung für die Kunden ist. Es gilt, Ängste zu antizipieren, Sorgen zu verstehen, Lebensträume zu konkretisieren und zu verwirklichen.

Mit Suchfeldern, Kundengeschichten, Tipps und Tricks kommt die neue Website der BS Baugeld Spezialisten diesen Bedürfnissen nach. Da „jeder Wohntraum mit ein paar Skizzen auf kariertem Papier beginnt“, ist das Design in einer Gridstruktur gehalten. Dort werden Informationen und Kundensituationen passend eingebettet und Kontaktmöglichkeiten prominent platziert, damit der User unbeschwert in Dialog mit seinem Baugeld Spezialisten treten kann.

Mit Partnerseiten

Jeder Baugeld Spezialist hat eine eigene Partnerseite, um sich in seiner Region zu präsentieren und Kunden zu akquirieren. Mit dem Programm „Make it count“ kann man innerhalb von Sekunden für die Kunden ansprechbar sein und kompetent Auskunft geben. Da die wenigsten Partner zum Beispiel in Echtzeit chatten können, übernimmt das die Zentrale. Wo Services nicht lokal bearbeitet werden können, übernimmt dies die Organisation.

Die Partnerseiten sind so aufgebaut, dass sie auch als Landingpages für AdWords-Kampagnen einsetzbar sind. Dazu gibt es noch weitere Templates für verschiedene Finanzierungsvorhaben wie Kaufen, Bauen, Modernisieren, Verlängern. Weiterhin zahlt BS den Partnern die Teilnahme am Bewertungsportal „KennstDuEinen“, damit dort die Dienstleistung von Kunden bewertet werden kann. Die bisher 2.000 Bewertungen sind Google-relevant und nutzen dem Vertriebspartner vor Ort, um sein eigenes Empfehlungsgeschäft aufzubauen.

Per Tippgeber-Modell

Fonds Finanz und die BS Baugeld Spezialisten kooperieren seit Längerem exklusiv beim Tippgebergeschäft. Makler der Fonds Finanz können als Tippgeber

ihre Kunden finanzieren lassen. Nina Schäfer, Leiterin Baufinanzierung der Fonds Finanz, weitet diese Kooperation deutlich aus. Sie sagt: „Bei Abschluss erhält unser Tippgeber im Schnitt 550 Euro als Vergütung. Das ist auch für unsere Partner ohne § 34i eine Möglichkeit, Kunden einen weiteren Service anzubieten – und angesichts der wenigen Arbeit ein höchst lukrativer.“ Die deutschlandweite Organisation der Baugeld Spezialisten ist in die Ausweitung der Kooperation einbezogen.

Der Leadpool

Baugeld Spezialisten können über Partnerseiten eigene Leads generieren – diese sind kostenfrei. Darüber hinaus können sie sich auch aus einem Leadpool bedienen. Dieser enthält alle Anfragen von der Homepage und aus Tippgebervereinbarungen, die stetig zunehmen. Im Leadpool finden sich auch Anfragen, die aus bundesweiten Kooperationen wie zum Beispiel mit der DeTe Assekuranz (Deutsche Telekom) oder Merck Finck Bank einfließen. Die Leads sind kostenpflichtig, unterschreiten die Marktpreise allerdings deutlich.

Im Multikanalverfahren

Um Impulse bei Interessenten auszulösen, braucht es immer mehr Aufwand. Auch weil der Wettbewerb immer agiler wird. Dabei sind viele Akquisemöglichkeiten verblüffend kostengünstig. Kommunikation über Social und Business Media oder Newsletter kostet kaum Geld – allerdings Zeit. Die BS Baugeld Spezialisten nehmen diese Arbeit den Partnern ab und konzipieren auch Kommunikationswege nach Wunsch. Der Inhalt kommt von der Zentrale, der Partner kann sie über seine Wunschkanäle verbreiten oder die der BS nutzen.

Fokus auf Wertschöpfung

Mit dem Relaunch wird auch die Anzahl der Services für die Partner aufgebaut: von 50 auf 68. Damit kann sich der Vertrieb auf Vertrieb konzentrieren – denn das ist heute schon Schwerstarbeit und durch die Wohnimmobilienkreditrichtlinie sind Prozesse mit Produktgebern nicht einfacher geworden. Auch fallen Auswahlkriterien für Finan-

zierungen spitzer aus, sodass eine Konvertierungsquote von „Geschäft an Bank“ zu „erfolgreicher Abschluss“ entscheidend für die Profitabilität eines Vermittlers ist. Eine Konvertierung von 50% würde bedeuten, dass die Hälfte der beantragten Finanzierungsvorhaben letztlich erfolglos war, weil die Kriterien der Bank nicht erfüllt wurden. Die BS Baugeld Spezialisten streben eine Konvertierungsquote von 90% an.

Mehr Services

Isolierte Prozesse, bei denen der Vertrieb dieses und die Servicezentrale jenes macht, werden bald Vergangenheit sein. Entscheidend ist, zu jedem Zeitpunkt Höchstleistung zu erbringen. Schnelligkeit in Verbindung mit Kompetenz ist aber in kleinen Büros nicht produzierbar. So übernehmen die BS Baugeld Spezialisten zum Beispiel das Auszahlungsmanagement für Kunden der Partner, damit sich Letztere um Beratungen oder Akquise kümmern können. Unterstützung gibt es auch bei der mühseligen Einholung von Kundenunterlagen. Das sind Prozesse, die einem Vertriebspartner viel Zeit abverlangen – jedoch keinen echten Vertriebsmehrwert produzieren.

Langfristige Kundenakquise

Obwohl Baufinanzierung ein Einmalgeschäft ist, gibt es gute Gründe, mit Kunden auch nach Vertragsschluss regelmäßig Kontakt zu halten. Es gibt dann manchmal die Nachfinanzierung oder den Bausparer für künftige Modernisierungen. Oder die kostbare Weiterempfehlung an neue Kunden. Wenn Vertriebspartner diese regelmäßigen Kontakte nicht leisten können, dann hilft ein übergeordneter Kommunikationsplan. Diese Art Pipeline-Management wird auch bei Kunden eingesetzt, die noch am Anfang ihres Vorhabens stehen und beispielsweise noch kein Objekt haben: aktives Farming also.

Zum Fazit

Eine atmende, sich immer wieder anpassende Arbeitsaufteilung zwischen Mensch und Maschine – das ist das richtige Verständnis von Digitalisierung. Die Partner der BS Baugeld Spezialisten sind entscheidend für Erfolg oder Misserfolg beim Kunden. Der Job der BS Baugeld Spezialisten wiederum ist es, dort Lücken zu schließen, wo die Partner ihre Kunden allein nicht bedienen können. ■



Von Joachim Leuther,
Vorstand der BS Baugeld Spezialisten AG





Kunden erfolgreich ansprechen und binden mit Haushaltsoptimierung

Nahezu alle Marktteilnehmer stehen vor der Herausforderung, neue Wege der Kundenansprache zu finden. Dabei reicht es oft nicht mehr aus, nur die optimalen Versicherungsprodukte beim Kunden zu platzieren. Das Thema Haushaltsoptimierung kann ein guter Türöffner für die Beratung sein. Interessante Sparpotenziale, die Vermittler ihren Kunden aufzeigen können, bieten auch Bankprodukte, wie das Beispiel Ratenkredite zeigt.


Kern der Haushaltsoptimierung ist das Identifizieren und Heben von spürbaren Sparpotenzialen bei Produkten, die nahezu jeder Kunde bereits hat und die zu dessen täglichem Leben gehören. Sie bieten dem Versicherungsmakler ideale Ansätze für die Kundenansprache, da die Beratung über das Sparen bei bereits vorhandenen Verträgen erfolgt. Hier ist somit auch kein Verkauf mit notwendiger Nutzenargumentation für ein Produkt dem Kunden gegenüber nötig. Vielmehr geht es überwiegend um die reine Günstiger-Versorgung mit einem austauschbaren Produkt. Perfekt eignen sich hierzu haushaltsnahe Verträge wie Strom, Gas und DSL, die hohes Sparpotenzial bieten und besonders einfach und online abschließbar sind. Im Weiteren gehören Produkte aus dem Bankbereich dazu, zum Beispiel Ratenkredite, Girokonten, Kreditkarten und auch Tagesgelder. Zudem ist die Kfz-Versicherung als eine Art „hybrides Produkt“ ebenfalls hier zugehörig. Sie wird oft als Einstiegsprodukt beim Kunden angesehen und über eine Einsparung zum Vorversicherer platziert. Die Haushaltsoptimierung ist somit ein ganzheitliches Beratungsinstrument. Nach der Realisierung solcher Sparpotenziale geht es um die sinnvolle Alternativenanlage des ersparten Geldes – und hier kommen insbesondere Vorsorge- und Absicherungsthemen ins Spiel.


Vorteile der Haushaltsoptimierung für die Beratung


 **Kundenansprache**
Mit der geänderten Ansprache trifft der Vermittler die neue Erwartungshaltung seines Kunden, der nicht nur nach dem Lebenszyklusmodell weitere Produktofferten vorgeschlagen bekommen möchte, sondern ein umfassendes Angebot anhand seiner Finanzdaten – zu dem auch „Sparen“ gehört.

 **Kundenbindung**
Bei der Ansprache über die Haushaltsoptimierung hat der Kunde nicht das Gefühl, dass der Grund eines Termins der Verkauf weiterer Produkte ist, sondern die Optimierung seiner monatlichen Haushaltsrechnung im Vordergrund steht. Hierbei frei-

gesetzte Ersparnisse verstärken beim Kunden anschließend schnell das Gefühl, bei seinem Berater insgesamt gut aufgehoben zu sein, schaffen noch mehr Vertrauen und übertragen sich in den Versicherungsbereich. Ein solcher Kunde bleibt treu.

 **Sparpotenzial**
In der Beratung erreichen Makler über schnelle Ersparnisse, die gut zwischen 1.000 und 5.000 Euro pro Haushalt liegen können, eine neue Begeisterung ihres Kunden.

 **Cross-Selling-Potenzial**
Ausgehend vom Sparpotenzial ergeben sich neue Möglichkeiten hinsichtlich Altersvorsorge und Absicherung. So erzielt der Makler weitere Abschlüsse in seinem Kerngeschäft.

 **Steigerung der Empfehlungsquote**
Die gesteigerte Kundenzufriedenheit führt zu einer wachsenden Empfehlungsquote: Kunden unterhalten sich im privaten Umfeld viel öfter über das Thema Sparen als über den Abschluss eines klassischen Versicherungsproduktes.

Sparpotenziale der Kunden

Neben dem Ratenkreditbereich, bei dem die mögliche Einsparung mit mehreren Tausend Euro am größten ist, gehört das Girokonto zu den klassischen Bankprodukten. Bei den jüngsten Veränderungen der Bankgebühren ergeben sich schnell bis zu 300 Euro jährliches Sparpotenzial. Im Bereich Strom und Gas bewegen wir uns sogar bei bis zu 1.000 Euro – und das mit nur zwei Angaben, die für eine Vergleichsberechnung nötig sind. Diese

neu gewonnene Liquidität kann wiederum für die Beratung wichtiger Produkte gerade bei der Altersvorsorge für den Endkunden verkaufsfördernd genutzt werden.

Im Mittel lassen sich über den Ansatz Haushaltsoptimierung leicht 100 Euro im Monat Ersparnis realisieren. Setzt man diese anschließend sinnvoll zum Beispiel in einem Altersvorsorgeprodukt ein, kann man für seinen Kunden schnell 50.000 Euro mehr Kapitalabfindung aus einer Lebensversicherung erzielen. Es ergeben sich somit Vorteile auf beiden Seiten: Der Kunde spart und ist begeistert, der Versicherungsmakler stärkt über Cross-Selling sein Kerngeschäft, bindet seine Kunden und erzielt zusätzliche Provisionseinnahmen.

Haushaltsoptimierung am Beispiel Ratenkredit

„Was interessiert mich der kleine Ratenkredit?“, hört man häufig. Beim Ratenkredit handelt sich um einen Milliardenmarkt mit jährlich etwa 70 Mrd. Euro Neugeschäft. Hier liegen für Vermittler wahre Schätze, da sich mit einer Umschuldung die relativ hohen Konditionen der Hausbanken mit einem Vergleich teilweise halbieren lassen. Im Beispiel aus der unten stehenden Abbildung, das völlig marktüblich ist, werden mehr als 2.300 Euro Ersparnis für den Kunden realisiert. Die Umschuldung ist einfach durchführbar, eine Frist ist nicht zu beachten. Gebühren in Form einer Vorfälligkeitsentschädigung sind gesetzlich begrenzt auf maximal 1% der ausstehenden Kreditsumme, bei 20.000 Euro Kreditsumme wären es im Maximum gerade 200 Euro.

Potenzial zum Sparen gibt es zudem bei gänzlich neuen Finanzierungen, da sich Endkunden bei der Hausbank oft nur

die Rate ansehen und nicht über den Zins oder die Kosten der Restschuldversicherung informieren. Vermittler finden in PROCHECK24 einen Partner, der sie mit Bankpartnern, Service, digitalen Prozessen und günstigen Konditionen versorgt.

Wie einfach ist das Thema Haushaltsoptimierung für Berater?

Die Anbindung an PROCHECK24 geschieht mit wenigen Daten und ist nach Prüfung nahezu direkt nutzbar. Dank der Einfachheit der Produkte kann der Makler diese auch ohne umfangreiche Schulung in seiner Beratung oder auf der Homepage mit Online-Abschluss einsetzen. Der Großteil der zur Verfügung gestellten Produkte ist ohne gewerberechtliche Voraussetzung nutzbar. Lediglich die Bereiche um die Ratenkredite und Kreditkarten bedürfen der Zulassung nach § 34c GewO.

Nachfrage auf dem Markt

Bereits jetzt nutzen neben Versicherungsmaklern auch Maklerpools und große Vertriebe die Potenziale aus der Haushaltsoptimierung. Zunehmendes Interesse kommt aber ebenfalls von Banken und Versicherungsgesellschaften, die neben ihrem Onlineauftritt ihre Vertriebsgesellschaften mit diesen Produkten ausstatten. Besonders spannend ist hier die Möglichkeit der Integration in das eigene Verwaltungsprogramm und damit die persönliche Beratung bei vollständig digitalen Prozessen in der Abwicklung. Der oft beschriebene hybride Kunde kann sich alternativ über die Online-Vergleichsrechner von PROCHECK24 detailliert informieren und, sofern gewünscht, direkt online abschließen. Bei allen Angeboten ist die klare Strategie von PROCHECK24, für den Endkunden das günstigste Angebot zu finden. Dies kommt allen Nutzern zugute, da der Endkunde auch nach einer Online-Recherche mit dem Angebot seines Beraters zufrieden sein wird.

Was bei der Auswahl eines Partners für das Thema Haushaltsoptimierung zu beachten ist

Wichtig ist eine große Auswahl an Produktpartnern für jeden Bereich mit dem Fokus auf ein optimales Preis-Leistungs-Angebot. Da die Produkte selten zum Kerngeschäft eines Maklers gehören, sind Einfachheit in der Bedienung sowie digitale Prozesse zwingend erforderlich, um ein professionelles Arbeiten zu gewährleisten. Dies wird durch Experten in der Zentrale von PROCHECK24 in München ergänzt. Der Vermittler kann sich somit voll auf sein Kerngeschäft konzentrieren und bekommt Unterstützung in Form von freier Liquidität. ■

Umschuldung per PROCHECK24-Vorteilsrechner – Beispiel Ratenkredit

Bestehender Kredit			Kredit nach Umschuldung			Ergebnis		
Eff. Jahreszins	8,00	% p.a.	Abzulösender Kreditbetrag	19.857,96	EUR	Bestehende Kredite	400,00 € mtl. Rate	= 24.000,00 € Ges.Kreditkosten
Restlaufzeit	60	Monate	Eff. Jahreszins	3,50	% p.a.	Umschuldung d. PROCHECK24	360,76 € mtl. Rate	= 21.645,77 € Ges.Kreditbetrag
Monatliche Rate	400,00	EUR	Laufzeit	60	Monate			
Restkreditbetrag*	19.857,96	EUR	Monatliche Rate	360,76	EUR			
Weiteren Kredit hinzufügen (max 5)			berechnen >>			Mit der Umschuldung sparen Sie insgesamt: 2.354,23 €		

Alle Angaben basieren auf Beispielrechnungen und sind ohne Gewähr. *Ohne Vorfälligkeitsentschädigung

Quelle: PROCHECK24

Deutsche wollen weiter persönliche Anlageberatung

(ac) Die Bundesbürger sind laut dem Global Investment Survey des Vermögensverwalters Legg Mason bei der Geldanlage vergleichsweise wenig technikaffin. 53% der Deutschen nutzen das Internet, um ihre persönlichen Finanzen zu regeln oder um Zugang zu einem Broker oder einer Investmentgesellschaft zu erhalten. Damit liegt der Wert leicht unter dem weltweiten Durchschnitt von 59%.

Apps mit schwerem Stand

Besonders schwer haben es hierzulande Apps. Nicht einmal jeder fünfte befragte Investor in Deutschland nutzt sie. Weltweit verwendet hingegen immerhin in etwa ein Drittel der Anleger Finanz-Apps. Auch der Zugang über Smartphones wird von den Deutschen vergleichsweise wenig genutzt. Nur 43% der Befragten hierzulande verwenden von unterwegs aus ihr Smartphone täglich, um ins Internet zu kommen, weltweit sind es 56%. Legg Mason hält es für unwahrscheinlich, dass sich über die Jahre etablierte Verhaltensmuster schnell ändern. Es sei sehr unwahrscheinlich, dass Menschen künftig ausschließlich über Computer oder Smartphone investieren. Das Modell der Zukunft werde eine Mischung aus Mensch und Maschine sein, gerade weil das Vertrauen bei der Kapitalanlage eine so große Rolle spiele.

Kritik an vorhandenem Angebot

Eine mögliche Erklärung für die Zurückhaltung deutscher Anleger gegenüber digitalen Finanzprodukten und -dienstleistungen sieht Legg Mason zudem in der geringen Zufriedenheit mit dem derzeitigen Angebot. Der Zufriedenheitswert liegt bei nur 3,29. Vor allem das Fonds-Research sowie die internetbasierten Handelssysteme werden von deutschen Anlegern kritisiert. Lediglich 18 bzw. 17% bewerten Produkte in diesen beiden Kategorien als zufriedenstellend. Der persönliche Kontakt zu einem Berater vor Ort wird laut Legg Mason vor diesem Hintergrund in Deutschland ein wesentlich stärkeres Element der Spar- und Anlageprozesse bleiben, als es vielleicht in anderen Ländern der Fall sein wird.



Persönliche Beratung ist für die meisten deutschen Anleger weiter unverzichtbar. Technische Hilfsmittel haben es hingegen schwer.

ETF-Anleger erhöhen wieder ihre Risikobereitschaft

(ac) Die Nettomittelaufkommen am ETF-Markt haben laut einer Auswertung des Anbieters Lyxor AM im Juli 2017 8,7 Mrd. Euro umfasst. Insgesamt wurden Ende Juli 583 Mrd. Euro in ETFs verwaltet. Das ist ein Plus von einem Achtel im Vergleich zum Jahresende 2016. Vor allem Aktien-ETFs waren beliebt. Ihnen flossen 5,5 Mrd. Euro zu. Zuflüsse in Anleihe-ETFs sind hingegen auf 2,3 Mrd. Euro gefallen. Das ist der niedrigste Wert seit April. Sowohl Staatsanleihen entwickelter Märkte als auch der Schwellenländer leiden Lyxor zufolge unter Befürchtungen bezüglich möglicher Zinserhöhungen in Europa und den USA. Anleihe-ETFs der Industrieländer verbuchten nur noch Zuflüsse von 427 Mio. Euro, Anleihe-ETFs der Schwellenländer sind auf 612 Mio. Euro gefallen. Zuvor waren ihnen stets mindestens 1 Mrd. Euro zugeflossen.

US- und EU-Aktien im Fokus

Besonders im Fokus der ETF-Investoren stehen hingegen europäische Aktien. Dank der anhaltenden wirtschaftlichen Stärke sind allein europäischen Aktien-ETFs 3,4 Mrd. Euro zugeflossen. ETFs auf US-Aktien haben sich laut Lyxor ebenfalls weiter erholt und Zuflüsse in Höhe von 774 Mio. Euro verbucht. Sie profitierten unter anderem von einem schwächeren Dollar sowie einer starken Berichtssaison, insbesondere im Technologiesektor. Die Zuflüsse in Asien-Pazifik-Aktien-ETFs nahmen dagegen um 301 Mio. Euro ab. Auch Zuflüsse in global investierende Aktien-ETFs haben sich Lyxor zufolge verlangsamt. Smart Beta bleibt dagegen im Trend. ETFs, die auf entsprechende Strategieindizes setzen, verzeichneten innerhalb eines Monats Zuflüsse in Höhe von 253 Mio. Euro.

Asset Standard baut Research-Dokumentationen aus

(ac) Asset Standard baut die Research-Dokumentationen weiter aus: Der ab sofort erscheinende Ranking Report des Portals für vermögensverwaltende Produkte zeigt, wie Produkte im monatlichen Ranking der Muttergesellschaft MMD Analyse & Advisory GmbH abschneiden (MMD-Ranking). Berater und interessierte Privatanleger können so den aktuellen Stand und die Entwicklungen der vermögensverwaltenden Produkte prüfen und mit einem Blick erfassen. Am Anfang der nach Betrachtungszeiträumen gegliederten Kapitel stehen die Produkte mit dem besten Ranking-Ergebnis, gefolgt von den Auf- und Absteigern im jeweiligen Zeitraum. Die Produkte sind nach den Kategorien angeordnet. Im hinteren Teil des Reports werden Ranking-Methodik sowie Fachbegriffe erklärt. So wird der Ranking Report zum Kompendium, das nach einer Registrierung heruntergeladen werden kann.

Neuberger Berman legt Fonds für Senior Loans auf

(ac) Neuberger Berman erweitert die Palette seiner Produkte, die in Senior Floating Rate Loans anlegen, um den Neuberger Berman European Senior Floating Rate Income Fund. Er konzentriert sich auf Darlehen mit einem Rating von B-/B3 oder besser. Er ist ab sofort deutschlandweit zugelassen. Die derzeit erzielbaren Renditen im Bereich der europäischen Loans bei einer entsprechend kürzeren Duration im Vergleich zu Hochzinsanleihen können laut Neuberger Berman über den Fonds praktisch ohne größeres Wechselkursrisiko vereinnahmt werden.

Zinsunabhängig attraktiv

Der Fonds wird von Martin Rotheram in London verwaltet. Er und seine Kollegen Joseph Lynch und Stephen Casey, die gemeinsam auch die Globalen Loans Fonds verwalten, haben durchschnittlich mehr als 19 Jahre Erfahrung und sind Teil eines global aufgestellten Teams. Das Fondsmanagement strebt an, in etwa 100 Emittenten zu investieren. Aufgrund ihrer spezifischen Eigenschaften können Senior Loans laut Rotheram sowohl im Niedrigzinsumfeld als auch bei steigenden Zinsen attraktive Erträge bieten. Das disziplinierte Research berücksichtigt zudem auch ökologische und soziale Faktoren.

Anzeige

Simplify your life.

Klare Orientierung für Unternehmen und Verbände

elipsLife will Ihre Versicherung sein. Als Vorsorgepartner bieten wir schnelle Orientierung, transparente Tarifgestaltung und Verträge ohne Kleingedrucktes. Und das für Kunden jeglicher Grösse. Vertrauen auch Sie elipsLife. www.elipsLife.com


your insurance

Viel Bewegung im Markt für Private-Equity-Beteiligungen

(ac) Nach einer aktuellen Analyse des Investmenthauses FERI bieten sich privaten und institutionellen Investoren derzeit gute Gelegenheiten für Private-Equity-Beteiligungen in Europa und in den USA. Große Cash-Reserven bei den Unternehmen und hohe Liquidität aufseiten der Finanzinvestoren haben die Nachfrage nach Zielunternehmen für Fusionen und Übernahmen verstärkt. Auffällig sei dabei der Trend zu Mega-Deals. Im M&A-Markt wurden 2016 zwar weniger Transaktionen gezählt als 2015, dafür waren die einzelnen Abschlüsse jedoch deutlich größer. Etwas mehr als die Hälfte aller Transaktionen wiesen ein Volumen von mehr als 5 Mrd. Dollar auf. Die starke Nachfrage bei gleichzeitig begrenztem Angebot an M&A-Kandidaten führte zudem zu einem Anstieg der Bewertungen auf ein neues Rekordniveau.

Starker Preisanstieg

Der Kaufpreis, den Finanzinvestoren für gefragte Zielunternehmen im Durchschnitt aufbringen müssen, ist in Europa von 2012 bis 2016 um fast ein Fünftel und in den USA um fast 30% gestiegen. FERI hebt hervor, dass sich die Entwicklungen im M&A-Bereich auch positiv auf das Fundraising für Private-Equity-Beteiligungen auswirken. Global konnten Finanzinvestoren 371 Mrd. Dollar verteilt auf 971 Fonds einwerben. Das entspricht einem Plus von rund 12% gegenüber dem Vorjahr. Immer mehr Private-Equity-Fonds gelingt es FERI zufolge, das zu Beginn der Platzierung angestrebte Kapital einzusammeln. In Europa erreichten 82% der Fonds ihre festgelegten Zielgrößen (2015: 69%), in den USA sogar 89% (2015: 86%).

Prudential verschmilzt M&G und Investmentsparte

(ac) Der britische Versicherer Prudential vereinheitlicht sein Asset-Management. Die Fondstochter M&G wird mit dem konzerneigenen Investmentbereich zusammengelegt. Der neue Unternehmensteil verwaltet rund 370 Mrd. Euro und soll nach Abschluss der Verschmelzung als M&G Prudential auftreten. Die Führung der Investmentabteilung übernimmt John Foley, der bisherige Leiter der Investmentsparte von Prudential. M&G-Chefin Anne Richards und Clare Bousfield werden seine Stellvertreterinnen. Prudential will durch die Verschmelzung pro Jahr einen dreistelligen Millionenbetrag einsparen.

Fondsbranche feiert starkes erstes Halbjahr

(ac) Der deutschen Fondsbranche sind laut dem Branchenverband BVI im ersten Halbjahr 2017 netto 79,1 Mrd. Euro zugeflossen. Nur im Rekordjahr 2015 sammelten sie von Anfang Januar bis Ende Juni mehr ein. Der größte Treiber im Neugeschäft bleiben offene Spezialfonds mit Zuflüssen von 49,2 Mrd. Euro. Das von offenen Spezialfonds verwaltete Vermögen hat sich seit Anfang 2011 fast verdoppelt auf nunmehr 1,55 Bio. Euro.

Ungleiche Verteilung

Doch auch bei Privatanlegern boomen Fonds. Unterm Strich sammelten Publikumsfonds bis Ende Juni 36,4 Mrd. Euro ein. Der Boom im Publikumsfondsgeschäft ist aber nicht gleich verteilt. Auf Mischfonds entfielen mit 18,8 Mrd. Euro mehr als die Hälfte der Zuflüsse im Publikumsfondsgeschäft. Besonders beliebt sind Produkte, die etwa zu gleichen Teilen in Aktien und Anleihen investieren. Auf sie entfiel mehr als die Hälfte der Mischfondszuflüsse. Insgesamt hat sich das Volumen der Mischfonds allein seit Anfang 2013 von 123 auf 251 Mrd. Euro mehr als verdoppelt. Aus wertgesicherten Fonds, Geldmarktfonds oder auch Hybridfonds zogen Anleger dagegen erneut Geld ab.

Aktienfonds senden Lebenszeichen

Aktienfonds bleiben mit 368 Mrd. Euro verwaltetem Gesamtvermögen die größte Gruppe der Publikumsfonds. Nach einigen schwierigen Vorjahren mit milliardenschweren Abflüssen schien die Zeit des klassischen Aktienfonds schon abzulaufen. Einige Experten haben bereits den vertrieblichen Abgang auf diese Fondsgruppe angestimmt. Im ersten Halbjahr haben sie sich aber zurückgemeldet. Unter dem Strich flossen ihnen 5,8 Mrd. Euro zu. Damit haben die mehrere Jahre schwächelnden Aktienfonds sich zweifellos wieder zurückgemeldet.



Die Absatzzahlen der deutschen Fondsgesellschaften zeigten im ersten Halbjahr 2017 erneut steil nach oben.

Absolute-Return-Fonds setzen Rekordjagd fort

(ac) Das Volumen der Absolute-Return-Fonds und der alternativen und UCITS-konformen Fonds in Deutschland ist im ersten Halbjahr 2017 um rund ein Achtel auf einen neuen Höchststand von knapp 228 Mrd. Euro angestiegen. Besonders gefragt waren Hedgefonds-ähnliche Anlagestrategien, von denen sich die Investoren eine Verbesserung der Diversifikation ihrer Portfolios versprechen. Das zeigt die von Lupus alpha durchgeführte Absolute-Return-Studie auf Basis der Daten des Fondsanalysehauses Thomson Reuters Lipper. Die Performance der 656 untersuchten Fonds konnte in den ersten sechs Monaten 2017 mit durchschnittlich -0,58% aus Anlegersicht nicht überzeugen. Die Gründe für diese Entwicklung sind Lupus alpha zufolge vielfältig. Währungslastige Strategien wiesen aufgrund der unerwarteten Eurostärke negative Ergebnisse auf. Dies habe sowohl Absolute-Return-Fonds wie auch Long-/Short-Aktienstrategien betroffen, die das Anlegerkapital außerhalb des Euroraums anlegen. Darüber hinaus haben sich auch die Vertreter der Managed Futures sowie der Global-Macro-Fonds in dem anhaltenden Umfeld stärkerer Währungsschwankungen und volatiler Anleiherenditen schwergetan.

Langfristvergleich entscheidend

Um zu beurteilen, ob eine Anlagestrategie ihr Leistungsversprechen einhält, ist laut Lupus alpha aber die Betrachtung über einen Investitionszyklus hinweg sinnvoll. Im Langfristvergleich über fünf Jahre konnten demnach die unterschiedlichen Absolute-Return-Konzepte ihr Produktversprechen einlösen. So erzielten 87% aller untersuchten Fonds in diesem Zeitraum eine absolut positive Rendite. Die durchschnittliche Wertentwicklung lag bei 3% pro Jahr. Damit übertrafen sie zum Beispiel die Wertentwicklung liquider Hedgefonds. Im Durchschnitt erwirtschaftete jede untersuchte Absolute Return- und Alternatives-Strategie auf Sicht von fünf Jahren positive Erträge. Je nach Strategie variierte die erzielte Performance. Gravierender sind jedoch die Unterschiede innerhalb der einzelnen Strategiesegmente. Während die schwächeren Fonds deutlich negativ rentierten, erzielten die besten Manager zweistellige Jahresrenditen. Das zeigt laut Lupus alpha, dass nicht nur die Auswahl der richtigen Anlagestrategie im Allgemeinen, sondern vor allem die Auswahl des einzelnen Fonds bzw. Fondsmanagers entscheidend für den Anlageerfolg ist.

Anzeige



Markel International
MARKEL PRO Ambulante Pflege


Markel Pro Ambulante Pflege

Das Zielkundenkonzept von Markel sichert alle Leistungsspektren von ambulanten Pflegebetrieben (Grund-, Behandlungs- und Intensivpflege) ab, ohne Bindung an das Teilungsabkommen.

Diese Deckungen sind über das Antragsmodell absicherbar:

- » Betriebshaftpflicht
- » Vermögensschadenhaftpflicht
- » Vermögenseigenschaden
- » Cyber- und Dateneigenschaden
- » Absicherung von Mehrkosten durch den Aus- oder Wegfall von Mitarbeitern

www.markel.de



Hahn Gruppe legt Fachmarkt-Immobilienfonds auf

(ac) Die Hahn Gruppe hat einen neuen Immobilienfonds aufgelegt. Der Pluswertfonds 169 ist ein Publikumsfonds und investiert über die Kapitalverwaltungsgesellschaft DeWert Deutsche Wertinvestment in ein Fachmarktzentrum in Rothenburg ob der Tauber. Er hat ein Gesamtvolumen von rund 26,7 Mio. Euro, 15,5 Mio. Euro davon sollen als Eigenkapital eingesammelt werden. Eine Beteiligung ist für qualifizierte Privatanleger ab 20.000 Euro plus 5% Ausgabeaufschlag möglich. Die Fremdfinanzierungsquote beträgt 42%, der anfängliche Tilgungssatz 2%. Der Pluswertfonds 169 hat eine Laufzeit bis Ende 2032 und eine anfängliche Ausschüttung von 5% pro Jahr.

Etabliertes Einkaufszentrum

Zentro wurde 1999 fertiggestellt und hat eine Mietfläche von rund 12.900 m². Der Standort ist der Hahn Gruppe zufolge seit vielen Jahren etabliert. Hauptmieter ist die Kaufland-Unternehmensgruppe. Sie betreibt dort einen Kaufland-Markt sowie eine Ladenpassage mit insgesamt 27 Einzelhändlern wie etwa dm, Deichmann oder Ernsting's Family sowie vier Gastronomiebetriebe. Zudem befinden sich Büro- und Praxisflächen im Objekt.

Viele Fondsgesellschaften sind nicht für MiFID II gerüstet

(ac) Zwei von drei Fondsgesellschaften in Europa stehen in Bezug auf die Umsetzung der neuen Finanzmarktregeln MiFID II noch im Anfangsstadium. Viele Asset-Manager haben bisher noch nicht einmal genau geprüft, in welcher Form genau sie von den neuen Finanzmarktregeln betroffen sind und welche Hausaufgaben erledigt werden müssen, um die Vorgaben zu erfüllen. Das geht aus einer aktuellen Umfrage der Unternehmensberatung JWG hervor. Neun von zehn Befragten sehen der Umfrage zufolge ein hohes bis mittleres Risiko, dass sie nicht in der Lage sein werden, die MiFID-II-Regeln bis zum Start Anfang 2018 einzuhalten. Im Schnitt beschäftigen sich weniger als fünf Mitarbeiter pro Anbieter mit dem neuen Regelwerk. Immerhin versucht aber rund ein Drittel der Anbieter in den Finanzmarktregeln auch Chancen zu sehen und mögliche Wettbewerbsvorteile für den Vertrieb der eigenen Investmentprodukte.

” Kommentar: Keine Angst vorm großen Crash “

Mit 39 Mrd. Euro könnte man den gesamten jährlichen Bundeshaushalt für Bildung und Forschung mehr als zwei Mal abdecken. Genauso viel Geld haben die 30 deutschen Dax-Konzerne verdient – und das nicht in einem ganzen Jahr, sondern in einem Quartal. Auch bei den Umsätzen erzielten die 30 größten deutschen Börsenunternehmen einen neuen Quartalsrekord von 344 Mrd. Euro. Diese Zahlen belegen ohne Wenn und Aber, wie stark die deutsche Wirtschaft aufgestellt ist – und sie belegen auch, dass das Börsenhoch keineswegs eine Blase wie um die Jahrtausendwende ist.

Die aktuellen Kurse spiegeln lediglich die Stärke der Unternehmen wider. Entsprechend sind die Bewertungen alles andere als exorbitant. Eine der wichtigsten Kennzahlen, das Gewinnvielfache (KGV), liegt knapp unter 13. Die Dax-Unternehmen werden also im Schnitt mit knapp dem 13-Fachen der für die kommenden zwölf Monate prognostizierten Gewinne bewertet. Damit liegt das Bewertungsniveau trotz Rekordkursen gerade einmal auf dem historischen Durchschnitt. Zum Vergleich: Als die Auf-

wärtsbewegung des Dax im Jahr 2001 zu Ende war, hatte er ein KGV von knapp über 31. Für eine ähnliche Blase wie um die Jahrtausendwende müsste der Dax heute bei rund 30.000 Punkten stehen. Und damals waren nicht nur die wirtschaftliche Lage Deutschlands deutlich schlechter, sondern auch die Renditealternativen in Form von Bank- und Anleihezinsen um ein Vielfaches attraktiver. Die Angst, dass den Aktienmärkten die Luft ausgeht oder gar ein Crash droht, ist somit fundamental vollkommen unbegründet. Sofern die welt-politische Lage nicht eskaliert, stehen die Ampeln weiter eindeutig auf Grün. Es ist somit noch längst nicht zu spät, dass die Deutschen endlich ihre Scheu vor Aktien ablegen und von der Stärke der deutschen Wirtschaft auch als Anleger profitieren.



Von Michael Herrmann, AssCompact

Dr. Peters Group kehrt zurück zu Immobilienfonds

(ac) Die Dr. Peters Group kehrt ins Geschäft mit Immobilienbeteiligungen zurück. Privaten und institutionellen Anlegern bietet die Gruppe ab sofort ein Investment in das 3-Sterne-Hotel „Hampton by Hilton Aachen Tivoli“ an. Pächter und Betreiber des Hotels ist die Tristar GmbH aus Berlin, die bereits mehrere Hotels erfolgreich führt und eine expansive Strategie verfolgt. Beteiligungen an der „DS 141 Hotel Aachen GmbH & Co. geschlossene Investment KG“ sind ab 20.000 Euro zuzüglich 5% Ausgabeaufschlag möglich. Die Laufzeit ist bis Ende 2030 vorgesehen. Als Investitionsvolumen sind 22 Mio. Euro angestrebt. Für die Ausschüttung prognostiziert Dr. Peters 5% pro Jahr vor Steuern. Den bis dato letzten Immobilienfonds hat Dr. Peters 2007 aufgelegt. Nach rund zehn Jahren kehrt die Gesellschaft nun in die Immobilienszene zurück. DS 141 Hotel Aachen soll nur der Auftakt des Comebacks bei Immobilienfonds sein. In Zeiten von Niedrigzinsen will Dr. Peters auch in Zukunft neue Projekte mit langfristigen stabilen Auszahlungen für die Kunden initiieren.

Pachtvertrag über 20 Jahre

Der Pachtvertrag für das Hampton by Hilton Aachen Tivoli hat eine Laufzeit von 20 Jahren. Der Pächter hat zudem die Option, zweimal um jeweils fünf Jahre zu verlängern. Tristar übernimmt sämtliche Betriebskosten sowie die wesentlichen Wartungs- und Instandhaltungskosten. Das Hotel wurde Ende Juni übergeben und am 04.07.2017 eröffnet. Die ersten Buchungszahlen sprechen laut Dr. Peters für eine hohe Akzeptanz des Hauses. Zudem sei schon eine Reihe von Firmenvertragskooperationen geschlossen worden. Das Hotel spricht Geschäftskunden wie Touristen gleichermaßen an und verfügt über 164 Zimmer mit einer Mindestgröße von 20 m², einen Fitnessraum mit Blick über die Dächer Aachens, zwei Tagungsräume, eine Tiefgarage sowie eine offene Lobby mit angeschlossener Bar und Frühstücksraum. Es liegt in unmittelbarer Nähe des Kongresszentrums „Eurogress“ sowie am Austragungsort des weltbekannten Reitturniers CHIO und des Tivoli-Stadions. Die Innenstadt mit Dom und die Rheinisch-Westfälische Technische Universität (RWTH) sind in wenigen Autominuten zu erreichen.

GANZ NACH IHREM GUSTO: DIE RISIKO-LEBEN DER EUROPA!

Wir servieren Ihnen fünf Vorteile:

- 1 Etablierter Versicherer
- 2 Passgenaue Tarife
- 3 Zuverlässiger Service
- 4 Schneller 24-Stunden-Service
- 5 Lukrative Provision



VEP.EUROPA.DE ODER 0221 57 37-300

EUROPA
VERSICHERUNG PUR.

Immobilienanleger stellen sich auf niedrigere Renditen ein

(ac) Nur jeder vierte Immobilieninvestor in Europa rechnet damit, dass der aktuelle Marktzyklus den Zenit zeitnah überschreitet und die Anfangsrenditen wieder steigen werden. Drei Viertel der Investoren erwarten den Umschwung erst 2019, 43% davon sogar erst später. Das ist eines der Kernergebnisse der Immobilien-Investitionsklimastudie von Union Investment, für die insgesamt 168 professionelle Immobilieninvestoren in Deutschland, Frankreich sowie in Großbritannien befragt wurden.

Deutsche und Briten setzen auf Sicherheit

Vor allem deutsche und britische Immobilieninvestoren handeln sicherheitsorientierter als zuletzt. Gleiches Risiko bei geringerer Rendite streben in Deutschland 71% der Befragten an, in Großbritannien sogar 74%. Das bedeutet ein Plus von 15 und 14 Prozentpunkten. In Frankreich bleibt die Risikoaffinität ausgeprägter. Nur 59% der französischen Investoren kalkulieren mit einer geringeren Rendite bei gleichbleibendem Risiko. 41% wollen ein höheres Risiko eingehen, um die gleichen Renditeziele wie bisher zu erreichen.

Alternativen gewinnen an Bedeutung

Das europäische Investitionsklima für Büro- und Einzelhandelsimmobilien trübt sich derweil ein. Ein knappes Drittel geht in den kommenden zwölf Monaten von tendenziell geringen Chancen auf attraktive Büroinvestments aus. Bei Einzelhandelsimmobilien sieht sogar gut die Hälfte kaum Aussichten für überzeugende Investitionen. Alternativen rücken vor diesem Hintergrund stärker in den Vordergrund. Besonders im Fokus stehen dabei Logistik-, Hotel- und Wohnimmobilien.

Börse Hamburg startet neue Sachwertplattform

(ac) Die Hamburger Börsen AG startet eine neue Online-Plattform für Sachwertinvestments. Mit der Fondsbörse Deutschland betreibt sie bereits seit Jahren einen Zweitmarkt für AIFs. Anfang 2017 kam unter www.erstmarkt.de ein Erstmarkt für geschlossene Fonds hinzu. Die neue Domain www.fondsboerse-deutschland.de soll nun beide Welten verbinden. Die Plattform soll unter anderem Grundlagenwissen vermitteln und aktuelle Nachrichten und Produktinformationen bündeln. Neben Erst- sollen auch Zweitmarkt-Aspekte der Anlageklasse abgedeckt werden. Auf diese Weise will die Börsengesellschaft eine zentrale Anlaufstelle für Anleger und Anbieter geschlossener Fonds schaffen.

Union Investment steigt mit neuem Fonds in Wachstumsmarkt Micro Living ein

(ac) Union Investment steigt in das Wachstumssegment Micro Living ein. Für ihren neuen Immobilien-Spezialfonds Urban Living Nr. 1 erwarben die Hamburger Investmentmanager die Mikroapartmentanlage „Milestone Graz“. Das 378 Wohneinheiten umfassende Objekt ist langfristig an Milestone, einen erfahrenen Betreiber von privaten Studentenwohnheimen in Österreich, verpachtet.

Hochwertige Ausstattung

Die Anlage hebt sich laut Union Investment vom bestehenden Angebot durch einen hohen Ausstattungsstandard mit einer effizienten und durchdachten Möblierung und ein modernes Konzept, das nur auf Einzelapartments setzt, ab. Die Wohnflächen liegen zwischen 20 und 28 m². Daneben umfasst die achtgeschossige Anlage verschiedene Gemeinschaftsräume. Wassersparende Armaturen, LED-Leuchten und Schüsselschalter sollen genauso wie auch die Photovoltaikanlage den innovativen wie ressourcenschonenden Anspruch betonen.

Offener Spezialfonds

Urban Living Nr. 1 ist ein offener Immobilien-Spezial-AIF, der sich an institutionelle Investoren mit einem langfristigen Anlagehorizont wendet. Im Fokus liegen Anlagen, die sich an Young Professionals, Studierende sowie an Single-Haushalte richten. Der Fonds investiert vorrangig in den dynamischen Metropol- und Ballungsregionen in Deutschland, europäische Kernmärkte werden aber beigemischt.



Wohnen auf kleinem Raum liegt im Trend. Darauf setzt nun auch Union Investment.

Buss Capital stockt Container-Emission deutlich auf

(ac) Buss Capital hat die Vermögensanlage Buss Container Direkt 2017 aufgestockt. Das seit Mai im Vertrieb befindliche Direktinvestment wird um weitere fast 1.000 Tankcontainer aufgestockt. Im ursprünglichen Verkaufsprospekt waren 230 Tankcontainer vorgesehen. Nun sind es 1.200. Hintergrund ist, dass die anfänglich vorgesehene Menge schon Anfang August nahezu vollständig verkauft war. Buss Capital hat zudem bekannt gegeben, dass ein Containermanagementvertrag mit Textainer Equipment Management geschlossen wurde. Textainer zählt mit einer Flotte von über 3,1 Millionen Container-Einheiten (TEU) zu den weltweit größten Containerleasinggesellschaften.

Neuer Portfoliofonds von WealthCap

(ac) WealthCap setzt die Reihe breit diversifizierter Portfolio-Lösungen für Privatkunden fort. Das neu aufgelegte Portfolio 3 ermöglicht den Zugang zu wertsteigernden Investitionsstrategien professioneller Investoren über institutionelle Zielfonds. Es hat die Vertriebsfreigabe als regulierter alternativer Investmentfonds für Publikumsanleger erhalten. Das Vorgängerprodukt wurde derweil mit über 100 Mio. Euro eingeworbenem Eigenkapital ausplatziert.

Hohe Zielrendite

Über das diversifizierte Produktkonzept sollen Privatkunden exklusiven Zugang zu Investitionsstrategien professioneller Investoren und somit eine renditestarke Investitionsalternative mit Fokus auf Europa erlangen. Die jährliche Zielrendite liegt bei 6%. WealthCap ermöglicht mit Portfolio 3 die Beteiligung an institutionellen Zielfonds aus den Kategorien Immobilien, Energie & Infrastruktur sowie Private Equity. Über die Investition in mehrere Zielfonds in verschiedenen Anlageklassen und Anlagestrategien zu unterschiedlichen Zeitpunkten entsteht eine breite Streuung in einer Lösung – weitgehend unabhängig von den Volatilitäten an den Kapitalmärkten.

Anzeige

Mit 4 Eingaben
zum Angebot!


ALTE LEIPZIGER
ZUKUNFT BEGINNT HEUTE.

GEWERBE RECHNER

Sparen Sie sich und Ihrem Kunden Zeit.

Mit dem Online-Gewerbe-Rechner können Sie die Grundabsicherung aus Haftpflicht- und Inhaltsversicherung für Kleinbetriebe in nur 10 Sekunden berechnen.

www.vermittler-sind-uns-wichtig.de/gewerbe

Versteckte Chancen in Wachstumsmärkten



Investments in Wachstumsmärkte führten lange Jahre ein Schattendasein. Zuletzt ist das Anlegerinteresse an Schwellenländern aber wieder gestiegen. Das gestiegene Interesse hat gute Gründe. In Kombination mit einer aktiv gemanagten Fondsstrategie bieten die Growing Markets ein attraktives Renditepotenzial.

Wachstumsabschwächungen und lokale Krisen verursachten viele Jahre eine Underperformance der Schwellenländerbörsen gegenüber den Indizes der Industrienationen. Besonders die rückläufigen Notierungen an den Rohstoffmärkten machten vielen Ländern zu schaffen. Entsprechend wurden Unternehmen der Emerging Markets häufig auf die rote Liste genommen. Historisch günstige Bewertungsniveaus waren die Folge. Politische Richtungsänderungen wie in Brasilien oder Indien sowie deutlich verbesserte Wachstumsaussichten bringen die Emerging Markets nun zurück auf den Investorenradar. Einhergehend mit der günstigen Bewertung, den sichtbar werdenden Veränderungen und neuen Wachstumsperspektiven steigt das Interesse an den Schwellenländern.

Am Schwellenländerfonds Ökoworld Growing Markets 2.0 ist die genannte Sippenhaft beinahe spurlos vorübergegangen. Seit Auflage im September 2012 hat der Fonds jedes Jahr eine positive Rendite erzielt. Die Outperformance gegenüber dem Standardindex MSCI Emerging Markets kumuliert sich so auf über 30% unter Berücksichtigung sämtlicher Kosten im Fonds. Das Fondsmanagement setzt in den wachsenden Ländern auf die Entwicklung 2.0. Weg vom Rohstoffexport und der verlängerten Werkbank – hin zu Bevölkerungswachstum und einer aufstrebenden Mittelschicht mit der Entwicklung spezifischer Bedürfnisse, die über die Grundbedürfnisse hinausgehen.

Wettbewerbsvorteil durch aktives Fondsmanagement

Entscheidend für den aufgeklärten Anleger ist, dass seine Wahl in den Emerging Markets auf aktiv gemanagte Investmentprodukte fällt. Eine langfristig gute Performance lässt sich besonders mit kleinen und mittelgroßen Unternehmen erzielen, die eine starke Wettbewerbsposition besitzen und sich auf einem Pfad dynamischer Wachstumsentwicklung be-

finden. Ein wichtiger Nebenaspekt ist, dass sich die Unternehmen nicht im Staatseigentum befinden. Indexnahe Produkte hingegen setzen zu häufig auf schwach wachsende Staatsunternehmen, die nicht das Interesse der Kleinanleger im Fokus haben. Häufig werden große Staatskonzerne als Melkkühe für die Subventionierung der Staatsfinanzen benötigt. Dringend erforderliche Restrukturierungen werden dann oftmals nicht durchgeführt. In indexnahen Produkten sind diese Unternehmen eine starre Last für die Performancechancen. Aktives Fondsmanagement kann zudem Trends frühzeitig aufspüren, in diese investieren und den Inhalt des Fonds up to date halten. Sogenannte Lieblingsaktien ohne ausreichende Renditeperspektive sollten in einem aktiv gemanagten Produkt konsequent veräußert werden.

Der Schwellenländerfonds Ökoworld Growing Markets 2.0 wurde im Jahr 2012 mit einem Volumen von rund 8 Mio. Euro an den Markt gebracht und hat seither viele Fans gewonnen. Heute weist der Fonds ein Volumen von mehr als 100 Mio. Euro auf. Zur Beliebtheit trägt auch die Rendite bei. Anleger, die von Anfang an dabei waren, haben eine jährliche Rendite von über 11% erzielt.

Umweltbewusstsein als ökologischer Wettbewerbsvorteil

Investitionen fließen vorwiegend in wachsende und zukunftsorientierte Themenbereiche. Dabei geht es teils um die Befriedigung der Grundbedürfnisse, die nach unserem europäischen Standard selbstverständlich sind, wie zum Beispiel Wasser und Toilettenspülung rund um die Uhr, eine Schule um die Ecke, ein erreichbarer Zahnarzt, ein neues Hüftgelenk, eine asphaltierte Straße – eine vorhandene Infrastruktur.



Von Alexander Mozer,
Chief Investment Officer der ÖKOWORLD LUX S.A.



Diese Entwicklung mitzugehen, ist nicht nur eine besondere Herausforderung, sondern auch ein spannender Weg. Der Druck vieler Unternehmen der Industriestaaten hinsichtlich ökologischer Aspekte führt zunehmend zu einem Umdenken der Zulieferer. Wer sich beispielsweise als produzierendes Unternehmen in den Schwellenländern mit dem Thema Umweltmanagement grüner aufstellt, der hat im Wettbewerb Vorteile bei der Auftragsvergabe und den erzielbaren Margen. Ein Beispiel hierfür ist das Unternehmen KCE Electronics aus Thailand. Seitdem geschlossene Wasserkreisläufe in der Produktion der Leiterplatten installiert wurden und das verunreinigte Brauchwasser nicht mehr in die Flüsse fließt, wurden sowohl neue Auftraggeber gewonnen als auch Kontrakte zu besseren Konditionen abgeschlossen.

Breite Diversifikation

Eine Besonderheit des Fonds Ökoworld Growing Markets 2.0 ist die umfangreiche Diversifikation. Bei einer negativen Veränderung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen kann das Fondsmanagement ganze Länder bzw. Sektoren meiden. Brasilien war beispielsweise über viele Jahre nur eine zu vernachlässigende Position. Mit dem Wechsel der Regierung und einer Verbesserung der Perspektiven wurde die Gewichtung dann kurzfristig ausgebaut. Sowohl Kurssteigerungen als auch Währungsgewinne schlugen sich positiv auf die Fondsperformance nieder. Natürlich gibt es auch Länder, bei denen es aus ethischer, sozialer und ökologischer Perspektive generell schwer ist, Unternehmen zu identifizieren. Russland ist derzeit beispielsweise für Ökoworld praktisch nicht existent. Was die Sektoren anbelangt, liegt der Fokus auf Gesundheit, Bildung, Wasserversorgung, Ernährung, erneuerbare Energien, Digitalisierung sowie Industrie 4.0 gelegt.

Zukunftsorientierte Anlagepraxis

Die Kombination einer großen Textilindustrie mit lockeren Umweltschutz-

regeln wie in Indien oder China ist ein guter Ausgangspunkt für die Suche nach Investments. Voraussetzung für die Bildung einer „Lösungsindustrie“ ist ein vorhandenes Problembewusstsein sowie ein Druck zur Verbesserung der Situation. Beijing Enterprise Water, ein chinesischer Spezialist für Kläranlagen und Abwasseraufbereitung, ist entsprechend ein augenfälliger Kandidat für die Aufnahme in ein nachhaltiges Anlageportfolio. Allerdings kann erst eine dezidierte Fundamentalanalyse die Frage beantworten, ob ein Investment zielführend, also gewinnbringend ist. Die Analyseabteilung von Ökoworld setzt hierbei ihren Schwerpunkt auf die Beurteilung der Fähigkeiten der Unternehmenslenker, auf die Finanz- und die Wettbewerbssituation des Unternehmens und die Perspektiven zur Erzielung von Gewinnwachstum. Bei Beijing Enterprise Water führte die Analyse zu einer abwartenden Haltung.

Bildung für die neue Mittelschicht

Anders wurde im Fall eines Unternehmens für die wachsende Mittelschicht und deren Bedürfnisse im Bildungssektor entschieden. TAL Education ist ein chinesisches Unternehmen, das jungen Chinesen die Möglichkeit zur Weiterbildung und Nachhilfe anbietet. Der Andrang nach den angebotenen Kursen ist so groß, dass das Unternehmen den Schülern eine Rückzahlung der Kursgebühren bei Nichtgefallen anbietet. Dieses wird aber kaum wahrgenommen, da die Qualität der Kurse zum einen sehr hoch ist und zum anderen nicht ausreichend freie Plätze bei alternativen Anbietern zur Verfügung stehen. Bildung ist und bleibt für viele Menschen der Schwellenländer ein Muss, um die Chance auf einen interessanten und gut dotierten Arbeitsplatz zu erhalten. Die Aktienanalyse zeichnete zudem ein Bild aus starker Wettbewerbsposition sowie kontinuierlich steigender Margen und Wachstumsraten, die an den dreistelligen Bereich heranreichen.

Auch Astral Poly, ein Sanitäranbieter aus Indien, überzeugt fundamental. Indiens Ministerpräsident Modi hat das Ziel ausgerufen, dass jeder Haushalt in Indien eine Toilette bekommen soll. Astral Poly ist in Indien sehr gut positioniert und profitiert von dieser Entwicklung. Und das Unternehmen fügt sich ideal in die Philosophie von Ökoworld ein, in Unternehmen zu investieren, die den Menschen helfen, ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen und die Entwicklung aus der Armut zur Mittelschicht zu unterstützen.

Stabilität statt Schnäppchenjagd

Ganz wichtig ist, dass das Fondsmanagement der Ökoworld nicht als „Schnäppchenjäger“ agiert. Wir kaufen Aktien, die eine hohe Performankestabilität aufweisen. „Buy low, sell high“ ist nicht unser Erfolgsrezept. Wir glauben an „buy high, sell higher“.



Nachhaltige Plantageninvestments für Privatpersonen

Asia Plantation Capital ist Besitzer und Betreiber verschiedener Plantagen und landwirtschaftlicher Unternehmen weltweit. Die Gründung einer deutschen Niederlassung steht kurz bevor. Sie wird künftig auch Anlaufstelle für ungebundene Vermittler sein, die privaten Investoren den Zugang zu grünen Anlagen eröffnen wollen.

Dem mehrfach ausgezeichneten Plantagenverwaltungsunternehmen Asia Plantation Capital (APC) ist der Begriff der „ganzheitlichen Nachhaltigkeit“ nicht fremd. Vielmehr ist dies ein Ethos, dem das Unternehmen uneingeschränkt zustimmt. Seit ihrer Gründung hat sich APC verpflichtet, dort, wo sie tätig ist, eng mit den örtlichen Gemeinschaften zusammenzuarbeiten und sie zu unterstützen.

Das Ziel der Asia Plantation Capital ist es, auf diesem Weg führender Anbieter und Betreiber von nachhaltig verwalteten forstwirtschaftlichen und landwirtschaftlichen Plantagen zu werden – von der

Seit ihrer Gründung hat sich Asia Plantation Capital verpflichtet, dort, wo sie tätig ist, eng mit den örtlichen Gemeinschaften zusammenzuarbeiten und sie zu unterstützen.

Projektbewertung bis zur Plantagenakquisition und -entwicklung. Die Verantwortlichen sind dabei überzeugt, dass es bei

der Verantwortung von Unternehmen nicht nur darum geht, Gewinne für Anteilseigner und Kunden zu sichern, sondern auch darum, einen positiven Beitrag für die Gesellschaft und die Umwelt zu leisten. Die Menschen vor Ort sind das Herzstück des Unternehmens: Die nachhaltigen Praktiken der APC Agrarforstwirtschaft sind ein positives Beispiel für das Konzept „Mensch, Planet und Gewinn“, das inspirierend modern ist und für solide Geschäftsmethoden steht. APC kreiert und unterstützt eine Vielzahl von gemeinnützigen Initiativen, wo auch immer das Unternehmen Geschäftsbetriebe unterhält. Soziale und kulturelle Unterstützung stehen im Mittelpunkt dieses Unterfangens – vor allem in Entwicklungsländern wie Thailand, Sri Lanka und Malaysia.

Adlerholz und Oudöl – Die Kernkompetenz von APC

Zur Kernkompetenz von APC gehört Adlerholz, das bereits seit Jahrhunderten im Mittleren Osten und in China gehandelt wird. Das Adlerholz bildet sich, wenn der in Südostasien vorkommende Aquilaria-Baum von einem bestimmten Pilz infiziert wird. Denn normalerweise ist das Kernholz dieses Baumes relativ durchlässig und hell. Aber mit fortschreitender Infektion und als Reaktion auf den Pilzbefall und andere externe Ursachen wie Insektenbefall, Blitzschlag oder auch Tierbeweidung sondert der Baum ein aromatisches schwarzes Harz ab. In der Folge wird das Kernholz hart, dunkel und harzreich. Das nun auf diese Art veredelte Holz (bekannt als Oud oder Adler-, Paradies-, Rosenholz) ist in zahlreichen Ländern äußerst gefragt. Nach der Trennung dieses Kernholzes vom übrigen Holz kann es entweder zu Holzschnitzeln oder -pulver verarbeitet werden, oder es wird zum wertvollen Oudöl destilliert. Der durch diese Prozesse hergestellte Duft ist einzigartig und sehr geschätzt und gefragt.

In allen großen Religionen gilt Adlerholz als einer der wertvollsten Rohstoffe, wird

seit Jahrtausenden als Weihrauch zu Meditation und Gebet verbrannt und kommt zudem in der traditionellen chinesischen und malaysischen Medizin zur Anwendung. Das aus dem Adlerholz destillierte Oudöl hingegen wird seit mehr als 25 Jahren von den meisten Parfümherstellern wie unter anderem Dior, Armani und Calvin Klein als Basis für einige ihrer kostbarsten Parfümdüfte verwendet. Übrigens: Der Preis für einen Liter Oudöl, das aus diesem Grund auch „flüssiges Gold“ genannt wird, liegt je nach Qualität zwischen 25.000 und 50.000 US-Dollar.

Die Seltenheit und der hohe Preis von Adlerholz sind die Folge davon, dass diese Baumart in der freien Natur – insbesondere auch durch Wilderei und Schwarzhandel – vom Aussterben bedroht ist.

Aus diesem Grund wird die Nutzung, Verarbeitung sowie Ein- und Ausfuhr von Adlerholz und seinen Folgeprodukten durch das Washingtoner Artenschutzübereinkommen über die CITES-Normen (Übereinkommen für den internationalen Handel mit gefährdeten Arten von Wildtieren und Pflanzen) geregelt. Die Asia Plantation Capital verfügt über alle erforderlichen CITES-Zertifizierungen.

Während in der freien Natur aber nur sieben von 100 Bäumen dieses Adlerholz bilden, hat APC ein einzigartiges Verfahren entwickelt, die Bäume künstlich zu infizieren (Inokulation), sodass nahezu 100% der Bäume das Adlerholz bilden. Der komplette Prozess von der Aufzucht der Bäume über die Inokulation bis hin zur Ernte, der Weiterverarbeitung des Holzes und der Destillation zu Oudöl wird innerhalb der APC Group mit ihren verbundenen Unternehmen selbst durchgeführt. Der Prozess unterliegt strengsten Kontrollen und wird permanent weiterentwickelt. Seit 2014 verfügt die Unternehmensgruppe nun auch über eine exklusive Partnerschaft mit der Nobelmarke „Fragrance du Bois“ mit eigenen Boutiquen in Großstädten wie Bangkok, Kuala Lumpur, Dubai, Genf und vielen mehr.

Vertrieb an private Investoren

APC bietet – über freie Vermittler – Investitionen für Privatpersonen an.

Im Jahr 2016 konnte das Unternehmen durch den Kauf zusätzlicher Plantagen sowie die Gründung neuer Beteiligungsunternehmen und die Erhöhung des damit verbundenen Vertriebsnetzes weiter expandieren. Zu den weltweiten Betriebsbüros von APC zählten bisher schon Hong Kong, Malaysia, Singapur, die Schweiz, Thailand, die Vereinigten Arabischen Emirate und Großbritannien; und nun können auch China, Indonesien und Kenia als Standorte hinzugefügt werden.

Die Entwicklung in Europa

APC Europe hat im Jahr 2016 seine Ziele übertroffen und ein solides Fundament für weiteres Wachstum und Expansion in Europa geschaffen. 2016 war das erste vollständige Geschäftsjahr der APC-Gruppe in Europa. Das Netzwerk von Agenten expandierte in wichtigen europäischen Märkten, unter anderem auch in der Schweiz. Der CEO von APC Europe, Gary Crates, kommentiert die Entwicklung: „Ich freue mich zu berichten, dass unsere Ziele erreicht wurden und wir ein solides erstes Jahr mit mehr als 34.000 verkauften Adlerholz-Bäumen verzeichnet haben.“

Im Laufe des Jahres 2016 hat sich die Basis der europäischen Partner von APC deutlich erweitert. Viele neue Partner wurden im neuen Genfer Büro eingestellt und geschult. Die APC Business Development Manager halten dort regelmäßig Partner- und Kundengespräche ab. Im Jahr 2016 umfasste die geografische Expansion Spanien, Deutschland, Österreich sowie die Tschechische Republik. Eine selbstständige Niederlassung in Deutschland mit Sitz in Frankfurt soll noch im Laufe des Jahres 2017 eröffnen.

Im vergangenen Jahr hatte APC über 300 Partner und Kunden aus Europa nach Asien eingeladen, um Führungen durch Baumschulen, Plantagen, Brennereien und Büros zu machen und um APC näher kennenzulernen. Deutsche Vermittler können dies zunächst aber auch auf der DKM 2017 tun, wo sich APC den deutschen Vermittlern präsentieren wird. ■

Anbau auf APC Plantagen

Auf den Plantagen der Asia Plantation Capital werden vor allem folgende Holzarten und Gewächse angebaut:

Adlerholz (Näheres dazu im Text), Teak, Bambus, Bananen, Chilis, Patchouli (Lippenblütler-Gewächs, Verwendung unter anderem zur Ölgewinnung), Mais und Vetiver (Süßgras, Verwendung unter anderem für die Parfümherstellung).



Von Klaus S. Dauer, Business Development Director
Germany & Switzerland bei der APC Group SA

„Gerade bei Versicherungen und Pensionskassen ist die Nachfrage hoch“

Interview mit Johannes Anschott, Vorstand der Commerz Real AG

Sachwerte feiern bei professionellen Investoren ein Comeback. Vor allem Investments in Immobilien sind gefragt. Attraktive Objekte sind aber rar gesät. Commerz Real setzt daher auf Spezialthemen wie Hotels oder Studenten- und Mikroapartments. Doch auch abseits von Immobilien sieht der Sachwertespezialist zwei lohnende Investmentthemen.

Herr Anschott, Sachwerte wie Immobilien liegen eigentlich voll im Trend. Sachwertbeteiligungen laufen hingegen trotz vieler guter Argumente im Allgemeinen schleppend. Ist das auch bei Commerz Real festzustellen?

Bei Privatanlegern sind Sachwertbeteiligungen in Form von zumeist geschlossenen Alternativen Investmentfonds, kurz AIFs, in der Tat auf absehbare Zeit eher weniger gefragt. Das gilt aber nicht für professionelle und semiprofessionelle Investoren. Diese Anlegergruppe weiß die Vorteile des inzwischen sehr gut regulierten Vehikels zu schätzen und sucht daher entsprechende Produkte. Genau aus diesem Grunde hat Commerz Real gerade fünf Spezial-AIFs für institutionelle Investoren im Fundraising, darunter zwei geschlossene Spezial-AIFs. Einige der neuen Fonds haben bereits ihr First Closing geschafft, weitere werden im Laufe des Jahres folgen. Die Nachfrage gerade bei Versicherungen und Pensionskassen ist hoch und wir können hier einen sehr guten Track Record vorweisen.

Immobilien sind unter den Sachwerten am gefragtesten. Welche Immobilientrends hat Commerz Real im Fokus?

Uns interessieren beispielsweise zielgruppenspezifische Formen des Wohnens wie Hotels oder Studenten- und Mikroapartments. Als Wohnformen für „moderne Nomaden“ haben sich gerade Letztere in den vergangenen Jahren zu einer eigenständigen Nutzungsart entwickelt. Viele Unternehmen mieten mittlerweile dauerhaft Appartements für ihre Mitarbeiter an, die regelmäßig unterwegs sind.

Beiden Themen widmen sich drei der fünf bereits genannten Spezialfonds. Diese sollen mittelfristig ein Portfolio von insgesamt etwa 2,3 Mrd. Euro aufbauen. Die ersten Objekte wurden bereits erworben, so beispielsweise für den CR Institutional Smart Living Fund zwei Apartmentanlagen in Düsseldorf und Bonn. Bei weiteren stehen wir kurz vor exklusiven Abschlüssen. Wir sind daher zuversichtlich, dass wir für den Fonds in diesem Jahr sowohl das Akquirieren von Eigenkapital wie auch die Investitionen größtenteils abschließen können.

Mit welchen Renditen können Anleger dabei rechnen?

Der Smart Living Fund hat eine Zielrendite von bis zu 5% bei einer offenen Laufzeit. Der Fremdkapitalanteil liegt bei bis zu 50%. Angesichts der hohen Nachfrage kann es gut sein, dass wir zudem ein Nachfolgeprodukt auflegen werden.

Studentisches Wohnen ist ein Spezialthema der Immobilieninvestments. Sind solche Spezialthemen im Allgemeinen wichtige Anlagetrends?

Das ist in der Tat eine Nische. Eine Nische, die aber mittlerweile sehr groß wird. Wir haben den Trend sehr früh erkannt und konnten uns so attraktive Objekte, in erster Linie Projektentwicklungen, für unsere Anleger sichern. Eine sehr kurzzeitige Art des Wohnens, die wir ebenfalls spannend finden, sind, wie bereits erwähnt, Hotels. Hier haben wir derzeit den CR Institutional Hotel Fund im Vertrieb und einen weiteren Fonds in Planung. Ersterer investiert weltweit und in verschiedenen Kategorien, Letzterer hauptsächlich in Kern-europa und Skandinavien.

Wie schwierig fällt es Commerz Real, im aktuellen Umfeld aussichtsreiche Immobilieninvestments zu finden?

Das Angebot an hochwertigen Objekten ist knapp und die Nachfrage bekanntlich hoch. Dennoch lassen sich mit dem entsprechenden Marktzugang attraktive Assets finden. Als großer und einer der führenden Asset-Manager haben wir zudem gewisse Vorteile. So ist der Wettbewerb bei Kaufpreisen im dreistelligen Millionenbereich eher begrenzt. Zudem

„Professionelle und semiprofessionelle Investoren wissen die Vorteile des inzwischen sehr gut regulierten Vehikels zu schätzen und suchen daher entsprechende Produkte.“

verfügen wir über eigene Bau-, Rechts- und Steuerabteilungen, dank derer wir viele Dienste sehr gut inhouse realisieren können. Dadurch gelten wir als verlässlicher Partner für Projektentwickler und andere Beteiligte. Wir sind daher zuversichtlich, die Zielrendite zu erreichen. Dabei hilft natürlich auch, dass sich die Fremdkapitalseite dank niedriger Zinsen und beispielsweise guter Fördermöglichkeiten für Wohnimmobilien sehr günstig darstellt.

Sind 5% eine realistische und ausreichende Rendite für die meisten Investoren?

Auf jeden Fall. Man sollte dabei aber nicht nur auf die absolute Höhe schauen. Wenn Sie heute 4,5 bis 5% erreichen, dann ist das in etwa der Spread zur zehnjährigen Bundesanleihe. So groß war er selten zuvor. Gerade bei den Versicherern stellt sich die Frage, wie diese ihre in der Vergangenheit garantierten Verzinsungen erreichen können. Da ist ein Produkt, das 4,5 bis 5% Rendite erzielt und eine relativ hohe Risiko-diversifikation aufweist, sehr gefragt.

Welche Lagen sind für Investoren besonders von Bedeutung?

Im aktuellen Marktzyklus würde ich nur in Core und Core+-Lagen investieren, dabei jedoch opportunistisch vorgehen. Deshalb liegen unsere studentischen Wohnobjekte in sehr, sehr guten Lagen. Einen Prozentpunkt mehr herauszuholen und deshalb in Logistik auf dem flachen Land zu investieren, ist meiner Meinung nach die falsche Strategie. Lieber würde ich auf 0,5 Prozentpunkte Rendite verzichten und dafür auf Sicherheit setzen. Für die Renditeoptimierung eignen sich dann sehr gut Hotels. Dafür ist diese Asset-Klasse mit anderen Risiken verbunden als Wohnimmobilien, wie etwa mit dem Betreiberisiko. Diese Risiken zu managen, ist Aufgabe unseres erfahrenen und ausgezeichnet im Markt verankerten Hotelteams.

Welche Trends bzw. Themen haben Sie abseits von Immobilien im Fokus?

Neben Immobilien setzen wir auf zwei weitere Themen. Das erste sind erneuerbare Energien. Hier nutzen wir die

Spät- und Endphase des Erneuerbare-Energien-Gesetzes mit seinen festen Einspeisevergütungen, insbesondere im Onshore-Windbereich. Wir haben bereits mehrere Windparks erworben und die Pipeline weiterer Objekte ist gut gefüllt. Der CR Institutional New Energy Fund peilt Gewinnausschüttungen von 4 bis 5% an, und das vor dem Hintergrund fester Einspeisevergütungen über einen Zeitraum von 20 Jahren und mittlerweile praxiserprobter Technologien. Das ergibt insgesamt einen attraktiven Risk-Return.



Johannes Anschott

Und das zweite Thema?

Das zweite Produkt, auf das wir setzen, ist ein Flugzeugfonds, der CR Institutional Aviation Fund. Er ist gerade in den Vertrieb gegangen, wird am Ende wie der Smart Living Fund um die 300 Mio. Euro groß sein und Renditen von 6 bis 6,5% erzielen, bei einzelnen Assets sogar 7%. Wichtig bei einem Flugzeugfonds sind vor allem zwei Erfolgskriterien: das Flugzeug und der Betreiber bzw. Leasingnehmer. In einen A380 würden wir zum Beispiel nie investieren, denn wir achten auf eine hohe Wertstabilität des Flugzeugs. Unser erstes ist dann auch eine Frachtmaschine von DHL, inklusive einer Garantie der Deutschen Post. Letztere ist im Flugzeugmarkt zwar nicht so dominant wie zum Beispiel Emirates. Wenn Sie eine Anleihe der Deutschen Post kaufen, ist der Spread im Vergleich zu Bundesanleihen sehr gering. Wenn Sie in einen Fonds investieren, ist der Renditeabstand jedoch erheblich, obwohl auch in diesem Fall die Deutsche Post auf der anderen Seite steht und die Restwerttrisiken sehr gut kalkulierbar sind.

Sind weitere Produkte in Planung?

Mit den aktuellen Produkten sehen wir uns erstmal gut positioniert. Das wird auch durch die Höhe der Zuflüsse bestätigt. Natürlich gibt es aber auch weitere Produkte und Ideen, an denen wir arbeiten. Investitionen in die netzgebundene Infrastruktur sind für uns zum Beispiel immer ein Thema. Wann immer sich diesbezüglich in Deutschland oder im Ausland Opportunitäten ergeben, sehen wir uns diese genau an. ■

„Investitionen in die netzgebundene Infrastruktur sind für uns immer ein Thema. Wann immer sich diesbezüglich [...] Opportunitäten ergeben, sehen wir uns diese genau an.“



Mithilfe einer Fondsbank in die Digitalisierung hineinwachsen

Berater müssen nicht von null auf hundert zum FinTech avancieren. Fondsbanken wie die FFB bieten Beratern eine nachhaltige Begleitung in die digitale Welt – für schnellere Prozesse und ohne Kundenverlust.

Einfach, transparent und kostengünstig – so präsentieren sich die jungen dynamischen Unternehmen der Finanztechnologie – kurz FinTechs – in der Öffentlichkeit. Das Potenzial scheint enorm: Einer aktuellen Studie des Bundesfinanzministeriums zufolge wird das Gesamtmarktvolumen der FinTechs in Deutschland von 2,2 Mrd. Euro im Jahr 2015 auf 58 Mrd. Euro im Jahr 2020 und sogar auf rund 97 Mrd. Euro im Jahr 2025 steigen. FinTechs sind eine stärker werdende Konkurrenz für etablierte Anbieter. Und diese reagieren: So beteiligt sich der weltweit größte Asset-Manager BlackRock am deutschen Online-Vermögensverwalter Scalable – ein Paukenschlag in der Finanzszene.

Aber auch Banken, Versicherungen und andere Finanzdienstleister passen ihre Angebote an veränderte Kundenbedürfnisse an, um von diesem Wachstumspotenzial zu profitieren.

Doch haben sich die Kundenbedürfnisse tatsächlich geändert? Im Grunde nicht. Die persönliche und kompetente Beratung in Finanzfragen wird auch in Jahrzehnten noch gefragt sein. Der Autor vertritt sogar die These, dass die Bedeutung

Das Schöne für die FFB: Sie hat aus der Zusammenarbeit mit einem großen FinTech positiv lernen dürfen, um wie viel effizienter man Prozesse gestalten kann.

der Finanzberater in den nächsten Jahren noch wachsen wird. Laut einer Forsa-Studie wissen 64% der Deutschen nicht,

wie sie ihr Geld sinnvoll anlegen sollen. Was sich allerdings dramatisch ändert, sind die Informations- und Kommunikationswege der Kunden. Was bedeutet das für den Berater?

Die Stärken der FinTechs – und ihre Schwächen

FinTechs sind agil, innovativ und haben wenige, aber hochspezialisierte Mitarbeiter, meistens aus dem IT-Bereich. Sie suchen ganz gezielt die Ineffizienzen in der gesamten Wertschöpfungskette eines Geschäftsfelds und bauen darauf – basierend auf State-of-the-Art-Technologien – ihr Businessmodell auf.

Es ist begeisternd, mit welcher Leichtigkeit sie die Finanzbranche aufrütteln und „die Etablierten“ zu mehr Beweglich-

keit drängen. Das Schöne für die Fondsbank FFB: Sie hat aus der Zusammenarbeit mit einem großen FinTech positiv lernen dürfen, um wie viel effizienter man Prozesse gestalten kann. War man bisher schon froh, wenn etwa zwei Drittel der Kunden online sind und sich im Internet über ihren Depotstand informieren und Transaktionen anstoßen, werden in dieser neuen Welt die gesamte Kommunikation sowie alle Prozesse „end-to-end“ digital und damit hochgradig automatisiert abgebildet. Das beginnt bei der Depotöffnung, die komplett papierlos mit Videolegitimation und ohne Kundenunterschrift erfolgt, und zieht sich durch die gesamte Geschäftsbeziehung durch. Dieses FinTech hat also maßgeblich einen Anteil daran gehabt, dass sich die FFB von einer klassischen Depotbank zum Technologieanbieter entwickelt hat.

Die Regulierung treibt auch die Digitalisierung voran

Mit dieser Geisteshaltung nach Effizienz ausgerüstet, könnten FinTechs am stärksten vom Wachstumspotenzial in der Online-Geldanlage profitieren. McKinsey schätzt, dass bis 2020 der Online-Vertrieb für Spar- und Anlageprodukte von heute 20% auf 35% steigen wird. Auch die Regulierung scheint FinTechs Rückenwind zu beschern. Die EU-Finanzmarkttrichtlinie MiFID II wirkt als ein Treiber in Richtung Digitalisierung. Bei genauerer Betrachtung sind viele Anforderungen eigentlich nur noch online sinnvoll abbildbar. Die Regulierungsbehörden scheinen bei der Gestaltung ihrer Vorschriften zunehmend vom Online-Kunden auszugehen.

Neue Geschäftsmodelle brauchen langen Atem

Und dennoch gibt es auch Herausforderungen für FinTechs. Da sind zum einen die hohen Marketingkosten. Für die Kundenakquise setzen sie vor allem auf Online-Werbung und den Kauf von E-Mail-Kontakten. Diese Aktionen lassen sich messen und die Kosten gut quantifizieren. So kostet ein neuer Girokonto- oder Tagesgeldkunde rund 50 Euro; ein Depotkunde 100 bis 150 Euro.

Der zweite Aspekt scheint am bedeutendsten zu sein: Geldanlage ist ein Vertrauensgut. Die Qualität zeigt sich oft erst über Jahre. Auch FinTechs müssen sich die Kunden und deren Vertrauen erst erarbeiten. Sie müssen neben einer einwandfreien Technologie auch die Qualität in der Vermögensanlage, auch im Sinne des Performance- und Risikomanagements, über Jahre konstant liefern. Viele FinTechs setzen auf eine kleine Auswahl von Modellportfolios, die mit passiven Produkten bestückt sind. Das macht ihre Angebote um einige Basispunkte preiswerter. Andererseits fehlt häufig eine aktive Managementkomponente, die gerade in schwierigen Marktphasen Risiken eliminieren kann. Welcher Ansatz für den Kunden besser ist, hängt letztlich von vielen Faktoren ab.

Klar ist, dass die meisten FinTechs auf einem sehr guten Weg sind. Sie kooperieren verstärkt mit etablierten Banken, um Sicherheitsstandards, eine verlässliche Abwicklung, aber auch regulatorische Anforderungen abzudecken. Von dieser fruchtbaren Zusammenarbeit der „jungen Wilden“ mit den Etablierten profitieren letztlich die Kunden.

Betrachtet man FinTechs und ihre Auswirkung insgesamt auf den Beratermarkt, besteht die Ansicht, dass FinTechs ein Glücksfall für unsere Branche sind. Aber sind sie zugleich eine Gefahr für den Berater?

Von null auf hundert zum FinTech?

Der Berater hat zahlreiche Möglichkeiten, auf die FinTech-Entwicklung zu reagieren. Nur sollte er jetzt handeln. Die Uhr tickt, auch wegen MiFID II. Im Hinblick auf FinTechs haben Berater ein wirkli-

ches „Asset“ auf ihrer Seite, nämlich die Vertrauen schaffende persönliche Beziehung zum Kunden. Für den Berater wird es entscheidend sein, seine eigene Wertschöpfungskette kritisch zu reflektieren – und Bereiche auszulagern, die man digitalisieren kann oder bei denen beispielsweise Depotbanken Serviceleistungen bereits für wenige Basispunkte abnehmen können.

So nutzen zum Beispiel viele der FFB-Kunden die Modellportfolio-Technik oder die Online-Depoteröffnungstrecke. Andere Berater haben mittlerweile ihr gesamtes Geschäftsmodell überdacht – weg von der Provision, hin zur Servicegebühr. So liegt bei der FFB der Anteil im Neugeschäft, das auf ein Servicefee-Modell setzt, bei 30%. Alle technischen Umsetzungen – wie beispielsweise die Auskehrung der Bestandsprovision an Kunden oder das Inkasso der Servicegebühren – laufen über Depotbanken wie die FFB. Entscheidend ist, dass diese technische Administration einwandfrei und stabil läuft. Denn nichts ist schädlicher für die Kundenbeziehung als beispielsweise Fehler in der Abrechnung.

Auch die Festgeldangebote der Depotbanken klingen auf den ersten Blick banal. Doch dieses zusätzliche Produktangebot festigt die Beziehung zwischen Berater und Kunden. Werden Gelder im Depot frei, müssen sie nicht auf das Hausbankkonto des Kunden fließen. Denn einmal dort, fließt es selten wieder in den Gestaltungsspielraum des Beraters zurück.

Diese Beispiele zeigen vor allem eines: Der Berater muss nicht von null auf hundert zum FinTech avancieren. Er kann Stück für Stück in die Digitalisierung hineinwachsen, gemeinsam mit seinem Kunden, der die technologische Unterstützung akzeptieren muss und wird – und zwar quer durch alle Altersgruppen.

Die Chancen überwiegen die Risiken: Den Risiken, Stammkunden und deren Kinder als potenzielle Kunden zu verlieren, oder dem Investment in IT-Strukturen stehen die Chancen auf neue Kundengruppen, eine gefestigte Kundenbeziehung und über die neue Servicevielfalt externer Dienstleister mehr Zeit für die eigenen Kunden zu gewinnen gegenüber. ■

Über FFB

Die FFB ist eine deutsche Fondsbank, die sich auf Dienstleistungen rund um Anleger und ihre Vermögensziele konzentriert. Sie betreut ein Vermögen von 16,7 Mrd. Euro in rund 575.000 Kundendepots. Seit mehr als drei Jahren ist die FFB ein wichtiger Dienstleister von FinTechs im Bereich der Vermögensverwaltung mit Fonds. Die FFB betreibt dabei die technische Infrastruktur rund um die Fondsdepots. Zudem wickelt sie als Vollbank die komplette Depotadministration vom Kauf über die Verwahrung bis zum Verkauf von Fondsanteilen ab.



Von Peter Nonner,
Geschäftsführer der FIL Fondsbank (FFB)



Die Leitmesse unter dem Eindruck der Bundestagswahl 2017

Am 24.09.2017 ist Bundestagswahl. Welche Themen die diesjährige Leitmesse, die rund vier Wochen später stattfinden wird, bestimmen werden, hängt nicht zuletzt auch vom Ausgang des Urnengangs ab. Welche Wahlversprechen und Äußerungen die etablierten Parteien im Vorfeld der Wahl in Bezug auf versicherungsrelevante Themen gemacht haben.

Wenn sich der SPD-Politiker Peer Steinbrück und der FDP-Bundesvorsitzende Christian Lindner am DKM-Mittwoch zum Schlagabtausch in der Speaker's Corner treffen, ist das traditionelle politische Streitgespräch in diesem DKM-Jahr besonders brisant. Werden die Repräsentanten ihrer jeweiligen Partei Gewinne oder Verluste in der Wählergunst verzeichnen können? In jedem Fall werden die beiden Politiker über die zukünftige Weichenstellung der politischen Landschaft im Allgemeinen, aber auch der Versicherungswirtschaft im Speziellen diskutieren. Bereits im Vorfeld der Bundestagswahl war in den Wahlprogrammen der etablierten Parteien nachzulesen, mit welchen Versprechen in Bezug auf versicherungsrelevante Themen die Spitzenkandidaten in eine neue Legislaturperiode starten möchten. Und auch der BVK (Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V.) hat seine „Wahlprüfsteine zur Bundestagswahl 2017“ veröffentlicht, in denen er die im Bundestag vertretenen Parteien zu für Vermittler bedeutsame Themenkreise befragt hat.

CDU/CSU: „Ein Deutschland, in dem wir gut leben“

„Ein Deutschland, in dem wir gut und gerne leben“ hat sich die CDU/CSU auf die Fahne ihres Wahlprogramms geschrieben, bleibt darin aber als derzeit Regierungsverantwortliche in ihrer Beschreibung der Zielsetzungen rund um das Thema Alters-

vorsorge & Co. recht schwammig. Das 75-seitige Programm bekräftigt vielmehr die Rentenreform der Großen Koalition von 2007 und zieht ein positives Resümee, was das aktuelle Rentenniveau angeht.

Wesentlich konkreter werden die Verantwortlichen der CDU/CSU-Fraktion gegenüber dem BVK: Hier unterstreicht die Partei um Bundeskanzlerin Merkel ihre Position, dass eine zukunfts feste Alterssicherung auf drei Säulen basiert, und sieht die Weichenstellung hierfür im Betriebsrentenstärkungsgesetz, das im Juli verabschiedet wurde. Mit der Einführung von Freibeträgen bei der Grundsicherung im Alter sieht die Regierungspartei deutliche Anreize zur privaten Vorsorge. Mit einheitlichen PIBs für Riester- und Basisrentenverträge sollen Transparenz und Vergleichbarkeit gewährleistet werden. In Bezug auf das Krankenversicherungssystem äußert die CDU/CSU ein klares Nein zu einer staatlichen Einheitsversicherung, der Wettbewerb zwischen

gesetzlicher und privater Krankenversicherung sei ein „Motor für Innovationen“. Darüber hinaus warnt sie die Europäischen Aufsichtsbehörden, die Regulierungsdichte weiter ansteigen zu lassen. Die Aufsichtsbehörden sollten sich an „die in der EU geltenden Grundsätze von Subsidiarität und Proportionalität halten“ und sich in dem vom EU-Gesetzgeber eingeräumten Kompetenzrahmen bewegen.

SPD: „Zeit für mehr Gerechtigkeit“

Das Programm, mit dem die SPD in den Wahlkampf 2017 gegangen ist, ruft „Zeit für mehr Gerechtigkeit“ aus. Es konstatiert die Zielvorgaben der Alterssicherungspolitik der Sozialdemokraten wie folgt: Der Lebensstandard soll im Rentenalter gehalten, die Regelaltersgrenze von 67 Jahren nicht angehoben, Altersarmut verhindert und eine gerechte Finanzierung der Rente gewährleistet werden. Mit einem gesetzlich festgelegten Rentenniveau von 48% und einem Beitragssatz von 22% will die SPD ihren Zielen bis 2030 zuarbeiten. Die Stärkung des Sozialstaates wollen die Sozialdemokraten darüber hinaus mit einer paritätischen Bürgerversicherung für Krankheit und Pflege erreichen, die von Arbeitgebern und Versicherten zu gleichen Teilen getragen werden soll. Eine „Zwei-Klassen-Medizin“ mit gesetzlicher und privater Krankenversicherung müsse abgeschafft werden, so das Wahlprogramm weiter.

In den Wahlprüfsteinen des BVK äußern sich die SPD-Verantwortlichen darüber hinaus klar für eine Ausweitung der Honorarberatung als Alternative zu einer Beratung auf Provisionsbasis. Finanzanlagenvermittler sollten nach Ansicht der Sozialdemokraten der Kontrolle der BaFin unterstellt werden.

Bündnis 90/Die Grünen: „Zukunft wird aus Mut gemacht“

Die Grünen haben ihr Wahlprogramm unter den Slogan „Zukunft wird aus Mut gemacht“ gestellt. Darin präsentiert die frühere Umweltpartei unter anderem, wie in Zukunft die Rente in Deutschland geregelt werden soll: Die gesetzliche Rentenversicherung müsse gestärkt und so das Rentenniveau bei 48% stabilisiert

werden. Weiterhin fordern die Grünen eine steuerfinanzierte Garantierente, die „ein Mindestniveau in der Rentenversicherung“ gewährleisten soll. Auch Freiberufler und Beamte sollen in die gesetzliche Rentenversicherung einbezogen und das Renteneintrittsalter von 67 Jahren beibehalten werden. Für die private Altersvorsorge fordert die Partei Kostensenkung und höhere Rendite und strebt die Einführung eines Bürgerfonds in öffentlicher Verwaltung an. Auch sollen Arbeitgeber nach Ansicht der Grünen ihren Beitrag zur Altersvorsorge in Form einer Betriebsrente für ihre Mitarbeiter leisten.

Bündnis 90/Die Grünen möchten sich für die Honorarberatung stark machen, ließen sie gegenüber dem BVK verlauten. Denn diese würde Interessenkonflikte für die Vermittler und die Gefahr von Fehlberatungen entgegen den individuellen Kundenbedürfnissen vermindern. Darüber hinaus kritisieren die Grünen die in der IDD-Umsetzung festgelegte fehlende Verpflichtung zur Ausweisung der Zuwendungen an Dritte, die Beibehaltung des Provisionsabgabeverbots und den pauschalen Abschlag von 20% bei der Provisionsdurchleitung. Sie wollen die Qualifikation von Vermittlern und Beratern mithilfe eines zertifizierten Qualifikationsschemas verbessern. Was das LVRG angeht, sieht die Fraktion „Bündnis 90/Die Grünen“ die Probleme der Branche nur in die Zukunft verschoben; sie fordert daher, dass sich mit den Auswirkungen der LVRG-Maßnahmen sowie der Zinszusatzreserven beschäftigt werde. Ein niederschmetterndes Urteil wird auch in Bezug auf die Riester-Rente getroffen: Sie sei gemessen am Ziel eines flächendeckenden Ausgleichs des sinkenden Rentenniveaus gescheitert.

FDP: „Denken wir neu“

Für ein individuelles Renteneintrittsalter plädieren FDP-Spitzenkandidat Christian Lindner und seine Partei in ihrem hemdsärmeligen Wahlprogramm „Denken wir neu“. Jeder solle ab 60 selbst entscheiden, wann der richtige Zeitpunkt für das Rentendasein ist; Hinzuverdienstgrenzen sollen dabei abgeschafft werden. Eine sogenannte Rentengarantie lehnt die FDP konsequent ab und fordert vielmehr eine Altersvorsorge nach dem „Baukastenprinzip“. Im Wahlprogramm heißt es: „Es muss selbstverständlich werden, dass eine individuelle Kombination verschiedener Elemente das spätere Alterseinkommen ausmacht.“ Betriebliche und private Altersvorsorge müssten, so das Wahlprogramm weiter, verbraucherfreundlicher und vergleichbarer gestaltet werden. Zudem sollten nach Meinung der Freien Demokraten innerhalb der ergänzenden Altersvorsorge die Möglichkeiten ausgeweitet werden, auch in Infrastruktur, Aktien und andere Unternehmensbeteiligungen zu investieren. Ein Vorschlag für einen individuellen Überblick über den eigenen Vorsorgestand wäre ein persönliches Vorsorgekonto, das zusammenfassen soll, wie viel Rente man später aus gesetzlicher, betrieblicher und privater Vorsorge insgesamt erhält. Da die FDP derzeit nicht im Bundestag vertreten ist, wurde die Partei auch vom BVK nicht explizit zu versicherungspolitischen Themen befragt.

Wie die diesjährige Bundestagswahl ausgehen wird, steht noch in den Sternen. Aber eines ist sicher: Auf der DKM 2017 dürfte ihr Ausgang ein großes Diskussionsthema sein.

Keynotes und Know-how in der Speaker's Corner

Natürlich ist die Branche neugierig, welche Persönlichkeiten dieses Jahr auf der DKM in der Speaker's Corner reden und diskutieren werden. Für die regelmäßigen Besucher der DKM-Website hat sich der Schleier schon nach und nach gelüftet. Hier öffnet er sich ein Stück weiter und macht den Blick frei auf Erfolgsmenschen aus Wirtschaft, Politik und Sport. Das vollständige Programm mit allen Referenten gibt es dann in den DKM-News 10/2017.



Christian Lindner



Peer Steinbrück



Ursula Heller

Zwei Politiker sprechen Klartext: Deutschland, Europa und die Welt

Mit einer Bundestagswahl hören politische Diskussionen nicht auf, sondern sie gehen erst richtig los: Klare Kante heißt es denn auch im Streitgespräch zwischen FDP-Politiker Christian Lindner und SPD-Politiker Peer Steinbrück auf der DKM 2017. Das verbale Duell findet direkt nach der offiziellen DKM-Begrüßung in der Speaker's Corner statt. Natürlich werden an dieser Stelle die Wahlergebnisse diskutiert sowie Unterschiede und Gemeinsamkeiten der beiden Politiker herausge-

arbeitet. Auf das Tablett kommen die Entwicklungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft und der Ausblick, wie es in der neuen Legislaturperiode für Deutschland weitergehen wird. Die Moderation übernimmt die TV-Journalistin Ursula Heller, die schon in den vergangenen Jahren für spannende und überraschende Momente im Politik-Talk der DKM sorgte.

Fundamentaler Wandel in der deutschen Versicherungswirtschaft

Die deutsche Versicherungswirtschaft muss mit großen Herausforderungen fertig werden. Einerseits steht sie zunehmend unter kritischer Beobachtung von Aufsicht und Politik. Andererseits wirbeln neue Technologien und junge Wettbewerber die Geschäftsmodelle der Versicherer durcheinander. Das führt zu einem Umkrempeln bestehender Strukturen. Ob die großen Reformvorhaben gelingen, darüber wird in dieser Runde diskutiert. Dr. Frank Grund, der die Aufsicht über die deutschen Versicherer innehat, startet mit einem Impulsvortrag und gibt die Vorlage für die Diskussion zwischen Dr. Markus Faulhaber (Allianz), Jürgen A. Junker (W&W), Dr. Achim Kassow (ERGO) und Dr. Jan Wicke (Talanx). Dr. Marc Surminski, Chefredakteur der Zeitschrift für Versicherungswesen, leitet die Diskussion.



Dr. Frank Grund

Garantien oder keine Garantien? Sicherheit oder Rendite? Gegner oder Partner?

Die aktuellen Marktbedingungen stellen Sparer, Vorsorgeanbieter und Berater vor große Herausforderungen. Die Antwort der Versicherer sind Produkte mit flexibleren Garantien und mehr Kapitalmarktteilnahme. Investmentgesellschaften wollen Kunden mit Rendite überzeugen. Welche Argumente sprechen also für die unterschiedlichen Altersvorsorgemodelle? Und wie finden Vermittler und Berater den richtigen Ansatz für ihre Kunden? Darüber wird in dieser Runde diskutiert. Gefragt wird auch, ob Versicherer und Investmentgesellschaften Partner oder Gegner sind. Denn auch der Gesetzgeber gibt der Diskussion neues Feuer: In der bAV gibt es erstmals die Möglichkeit, in einem Modell Lösungen ohne Garantien anzubieten und beim geplanten pan-europäischen Rentenprodukt spielen Garantien nur bedingt eine Rolle. Diese Diskussion findet im Rahmen des Kongresses Investment statt, der von fundsexcellence gestaltet wird. Im Panel sitzen Vertreter aus der Versicherungswirtschaft und aus der Investmentbranche. Neutrale Branchenkenner runden die Expertise auf dem Podium ab.

Er weiß, wie Führung im Vertrieb funktioniert

Andreas Buhr ist ein Branchenkenner und nicht zum ersten Mal Gast in der Speaker's Corner. Kein Wunder, ist er doch der Experte für Führung und Vertrieb. Seit über 35 Jahren begeistert der Unternehmer, Redner und Autor das Publikum mit seinem Vertriebsführungs-Know-how sowie seinen Thesen, Strategien und Praxistipps zu Führung und Vertrieb. Der mit unzähligen Auszeichnungen prämierte Redner spricht auf der DKM darüber, wie Führungskräfte im Vertrieb – ob Manager oder Unternehmer – sich selbst und ihre Mannschaft stetig erfolgreich motivieren können. Er zeigt auf, wie im Vertrieb heute wertorientiert geführt und vor allem auch konsequent gehandelt werden muss. Gleichzeitig gibt er den Besuchern Hilfsmittel und Tools an die Hand, die direkt in die Praxis umgesetzt werden können.



Andreas Buhr



Dr. Norbert Lammert

Ein Plädoyer für die Demokratie

Dr. Norbert Lammert ist der Mann, der jahrelang die Spielregeln im Deutschen Bundestag bestimmt hat und dies noch bis zum Ende dieser Legislaturperiode tun wird. Dem CDU-Politiker merkt man seine demokratische Haltung spürbar an. Er wird in einem seiner ersten Vorträge nach Verlassen des Bundestages darstellen, warum die großen Herausforderungen unserer Welt nur gemeinsam, rechtsstaatlich und demokratisch bewältigt werden können. Dies gelte etwa gleichermaßen für die Finanzwelt, für den Klimawandel und für den Terror. Die Zuhörer dürfen Nachdenkliches, Überraschendes und Unterhaltsames erwarten.

IDD: Neue Pflichten, neue Chancen ... oder was?

Mit Umsetzung der IDD in deutsches Recht ist ein weiterer Regulierungsschritt im Versicherungsvertrieb gemacht. Doch was bedeuten die neuen Regeln im Detail für die Praxis? Welche Fragen sind bei Vergütung, Administration, Interessenkonflikten und Weiterbildung noch offen? Und worauf müssen sich Versicherungsmakler und Honorarberater eigentlich noch einstellen? Die Experten dieser Runde diskutieren über die neuen Pflichten, aber auch über Chancen, die sich dahinter verbergen. Mit dabei sind Ralf Berndt (Die Stuttgarter), Norman Wirth (Kanzlei Wirth) und Prof. Dr. Matthias Beenken (FH Dortmund). Es moderiert AssCompact Chefredakteurin Brigitte Horn.

Der Führungs- und Fußball-Talk mit Ralf Rangnick

Mit dem Engagement von Ralf Rangnick ist der DKM erneut ein Coup gelungen. Der Sportdirektor von RB Leipzig ist nicht nur Fußballexperte, sondern auch ein gefragter Redner zu den Themen Strategie und Führung. Er zeichnet für den fulminanten Erfolg von RB Leipzig verantwortlich und wird gleichermaßen für seine taktische Expertise und sein Gespür für junge Talente gelobt. Seine strategischen Fähigkeiten sind unumstritten. Auf der DKM 2017 wird er zusammen mit kicker-Herausgeber Rainer Holzschuh das aktuelle Fußballgeschehen diskutieren und mit den Themen Führung und Motivation das Cross-over zum täglichen Geschäft der Messebesucher wagen.



Ralf Rangnick



Rainer Holzschuh

Auch das gibt's in der Speaker's Corner: Begrüßungsworte, Verleihungen und Tombola

Am Morgen des Messe-Mittwochs begrüßen Dieter Knörrer und Konrad Schmidt, Gastgeber und Geschäftsführer der bbg Betriebsberatungs GmbH, die Messebesucher in der Speaker's Corner. Mit der Verleihung des Awards „Versicherungsblogger des Jahres 2017“ durch den IT- und Webdienstleister 3m5 und des Branchen-Awards „Jungmakler/-in 2017“ stehen gleich zwei Auszeichnungen auf dem Programm. Den Schlusspunkt setzt in vertrauter Art und Weise die Vermittlertombola mit tollen Preisen.

Kongress und Themenpark InsurTech: (R)Evolution der Wertschöpfung?!



Neue Ideen brauchen frische Formate. Der Pitch-Contest war schon auf der DKM 2016 ein voller Erfolg. Der diesjährige Wettbewerb wird genauso spannend.

Es war ein voller Erfolg, als im vergangenen Jahr mit einem neuen Themenpark die InsurTechs und FinTechs auf die DKM eingezogen sind. Keine Frage also, dass dieses Konzept 2017 seine Fortsetzung erfährt. Die jungen Tech-

Unternehmen stellen weiter eine Herausforderung für die etablierten Player dar und bieten doch gleichzeitig immer mehr Entwicklungs- und Kooperationsmöglichkeiten für Versicherer, Vermittler, Pools und Softwareanbieter.

In dem flexiblen Modell aus Kongress, Themenpark und neuen Formaten stellt die Managementberatung zeb auch für die DKM 2017 ein spannendes Programm zusammen und lädt die Messebesucher ein, die Angebote der Stunde kennenzulernen. Entlang der Wertschöpfungskette – von Produktentwicklung über Betrieb bis hin zum Vertrieb – präsentieren sich gleichermaßen „junge Wilde“ als auch „alte Hasen“ mit ihren Entwicklungen. Das Motto des Events spricht dabei für sich: (R)Evolution der Wertschöpfung?!

Ein kleiner Einblick in die Themen

Vorneweg: Das Programm ist umfassend, die Vielfalt an Angeboten ist groß. Wer sich jetzt schon ein genaues Bild machen will, sollte nicht zögern, gleich die Kongressseiten auf der DKM-Website www.die-leitmesse.de aufzurfen.

Im Mittelpunkt des Kongressprogramms stehen die Veränderungen der Wertschöpfungskette durch digitale Entwicklungen. Am ersten Messetag werden die Trends in Produktentwicklung und Vertrieb aufgezeigt. Diskutiert wird auch darüber, wo Vermittler in dem Strom von Innovationen ihre Zukunft finden. Am zweiten Messetag geht es dann um den Bereich Operations einschließlich des digitalen Wandels bei der Schadenbearbeitung und im Innendienst. Am Nachmittag des Messe-Donnerstags

Die Partner des DKM-Themenparks InsurTech

zeb

zeb ist die Unternehmensberatung für den Finanzsektor und gestaltet wie schon im Vorjahr Inhalt und Format des Themenpark-/Kongresskonzepts.

ERGO

Die Versicherungsgruppe ERGO ist Sponsor des DKM-Themenparks InsurTech. ERGO stellt in einem Vortragsslot den Wandel durch Digitalisierung dar und informiert an ihrem Themenpark-Stand über neueste Entwicklungen. Natürlich ist ERGO auch in der Jury beim Pitch-Contest.

Salesforce

Der Cloud-Spezialist Salesforce ist erstmalig auf der DKM und Co-Sponsor des Themenparks InsurTech. Salesforce sponsert den Pitch-Contest und das Gründerfrühstück im Rahmen des InsurTech-Kongresses. Zudem ist das Unternehmen mit einem Stand im Themenpark vertreten.

kommen dann die Führungskräfte der Unternehmen aus der „2. InsurTech-Welle“ zu Wort. Mit dabei sind beispielsweise die gerade gestarteten neuen digitalen Versicherer Flypper, Ottonova und Friday.

Der Pitch-Contest

Pitchen gehört zur Start-up-Szene dazu und genauso zum Themenpark InsurTech. Im diesjährigen Contest können sich die Teilnehmer fünf Minuten lang präsentieren. Der Pitch endet mit einer Frageunde inklusive einem Online-Voting von Besuchern und Jury. In die Konkurrenz gehen die Unternehmen BANKSapi, Econ, fairr.de, Fonds Finanz, netinsurer, NewFinance, PBM, OptioPay, Getsurance, FinCompare und f-fex. Die Jury besteht aus einem Makler, einem Investor sowie jeweils einem Repräsentanten von ERGO, Salesforce und zeb. Danach folgt die Preisverleihung.

Die Aussteller im DKM-Themenpark InsurTech

asuro | bi:sure | BANKSapi | Covomo | dacadoo | Econ Application | ERGO | grün versichert | f-fex | fairr.de | FinCompare | fintego | friendsurance | Fonds Finanz | finconomy | IN-FAB | Jung, DMS & Cie. | netinsurer | NewFinance | Salesforce | semcona | PBM | wefox | zeb

Wann und wo? 25.10.2017 und 26.10.2017, Themenpark InsurTech, Halle 3B

Kongress Altersvorsorge: Aufbruch in eine neue Dimension

Eines der anspruchsvollsten Themen der Finanz- und Versicherungswirtschaft bleibt die Altersvorsorge. Deshalb wird es auch auf der DKM 2017 den Kongress Altersvorsorge geben, der vom Institut für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP) gestaltet wird. Die Überschrift des Kongresses „Aufbruch in eine neue Dimension der Vorsorgeberatung“ bestimmt die Ausrichtung der sieben Programmeinheiten:

Index- und Fondspolizen – Chancen und Herausforderungen

Zunächst nimmt sich IVFP-Geschäftsführer Prof. Michael Hauer des Themas Index- und Fondspolizen an. Gemeinsam mit drei Produktentwicklern analysiert er die unterschiedlichen Modellvarianten der am Markt befindlichen Indexpolizen und zieht die Abgrenzung zu Fondspolizen. An der Runde nehmen Klaus-Peter Klapper (Die Stuttgarter), Ansgar Lürwer (AXA) und Michael Rosch (HDI) teil.

Kapitalmarktnahe Altersvorsorge: Aber bitte mit Garantien!

Im Verkauf von Altersvorsorgeprodukten muss aufgrund der Niedrigzinsen umgedacht werden. Aufgezeigt wird im zweiten Slot, was Garantien kosten und welche Produktformen zunehmend angeboten werden. IVFP-Geschäftsführer Frank Nobis nimmt sich mit Dr. Jürgen Bierbaum (ALTE LEIPZIGER), Bernhard Rapp (Canada Life) und Dr. Martin Riesner (Allianz) dieses Themas an.

50plus: Zielgruppe für Vorsorge und Ruhestandsplanung

Die Kundengruppe 50plus besitzt das größte Vermögen und Einkommen. Wie deren Altersvorsorge gewährleistet und gestaltet werden kann, zeigen Prof. Michael Hauer (IVFP), Dr. Claus Mischler (Gothaer), Christian Nuschele (Standard Life) und Marco Bauer (neue leben) gemeinsam auf.

Moderne Altersvorsorge in Zeiten niedriger Zinsen

Nicht nur die Niedrigzinsphase, sondern regulatorische Änderungen und neue Konzepte für die Rentenphase haben Auswirkungen auf die Altersvorsorge. Es diskutieren Dr. Stefanie Alt (NÜRNBERGER), Johanna Bröcker (Standard Life), Thomas Fornol (Swiss Life) unter Leitung von Frank Nobis (IVFP).

Beratungs- und Vertriebsansätze für Fondspolizen

Hier gibt es Vertriebsansätze für Fondspolizen und Informationen zu Fonds sowie zum neuen Investmentsteuerreformgesetz. Die Experten sind hier neben Prof. Michael Hauer (IVFP) Martin Gräfer (die Bayerische), Mirco Rimmel (neue leben), Martin Stenger (Fidelity) und Dr. Thomas Wiesemann (Allianz).

Was wird die Reform des BRSG tatsächlich bringen?

Natürlich darf die kritische Analyse des Betriebsrentenstärkungsgesetzes, das 2018 in Kraft tritt, nicht fehlen. IVFP-Beiratsvorsitzender Prof. Dr. Thomas Dommermuth filetiert das Gesetz zusammen mit Hubertus Harenberg (Swiss Life) und Fabian von Löbbecke (Talanx, HDI) in Einzelstücke.

Anlegerprofile gemäß IDD – und die Digitalisierung

Den Kongress beendet der Vortrag von Andreas Kick, der das IVFP-Projektmanagement leitet. Er zeigt auf, wie eine digitale Anlegerprofilbestimmung Beratern hilft, die neuen Anforderungen der IDD zu meistern.

Wann und wo?

25.10.2017, Halle 3B, Raum 11

Kongresse der DKM 2017

Mittwoch, 25.10.2017

- Altersvorsorge
- Arbeitskraftsicherung
- Digitale Maklerkommunikation und IT
- IDD
- InsurTech
- Investment
- Maklerberatung
- Marktumfeld Gewerbe/Industrie/Leben
- Pflegeversicherung

Donnerstag, 26.10.2017

- Gewerbeversicherung
- Immobilienwirtschaft
- InsurTech
- Krankenversicherung
- Maklernachfolge
- Unfallversicherung
- Unternehmertum
- Vertrieb
- Zukunft

DKM-Donnerstag: Verleihung des Jungmakler Award 2017



Sie konnten sich im letzten Jahr freuen: (v.l.n.r.) der Zweitplatzierte Dirk Becht, der „Jungmakler 2017“ Andreas Küffner und der Drittplatzierte Matthias Fischer.

„Jungmakler 2017“ nach Hause fahren darf. Vorausgegangen ist ein Bewerbungsprozess, bei dem die Kandidaten in drei Phasen auf Herz und Nieren geprüft wurden: Nach einer schriftlichen Bewerbung folgten die RegioCastings in Dortmund, Frank-

furt und München. Anschließend wurden die Finalisten zum BundesCasting nach Oberursel geladen, wo sie sich am 28.09.2017 noch einmal den Fragen der Jury stellen werden, bevor diese entscheidet, welcher der Kandidaten schließlich auf dem Siegereppchen landen wird.

Der Wettbewerb, der es sich zum Ziel gesetzt hat, den Branchennachwuchs aktiv zu fördern, wird in diesem Jahr zum siebten Mal durchgeführt. Dabei unterstützen zahlreiche Versicherungsunternehmen und Medienpartner den Award, indem sie Preise stiften, Juroren stellen und den Jungmaklern als Ansprechpartnern zur Verfügung stehen. Abgesehen vom Titel „Jungmakler 2017“ winken den Gewinnern dabei attraktive Preise: Der Erstplatzierte erhält ein Preisgeld von 10.000 Euro sowie einen Gutschein des CAMPUS INSTITUT für das Studium Finanzfachwirt/-in (FH) im Wert von 5.900 Euro. Dem Gewinner des zweiten Platzes werden 5.000 Euro sowie ein Gutschein über die Teilnahme an den Entwicklungstagen® des Institut Ritter auf der Insel Rügen überreicht. Über 3.000 Euro und einen Bildungsgutschein der Deutsche Makler Akademie gGmbH im Wert von 1.000 Euro kann sich der Drittplatzierte freuen. Darüber hinaus werden alle Bewerber Mitglied im „Jungmakler Club“, der Wissensangebote und Vergünstigungen für sie bereithält.

Der Wettbewerb, der es sich zum Ziel gesetzt hat, den Branchennachwuchs aktiv zu fördern, wird in diesem Jahr zum siebten Mal durchgeführt. Dabei unterstützen zahlreiche Versicherungsunternehmen und Medienpartner den Award, indem sie Preise stiften, Juroren stellen und den Jungmaklern als Ansprechpartnern zur Verfügung stehen. Abgesehen vom Titel „Jungmakler 2017“ winken den Gewinnern dabei attraktive Preise: Der Erstplatzierte erhält ein Preisgeld von 10.000 Euro sowie einen Gutschein des CAMPUS INSTITUT für das Studium Finanzfachwirt/-in (FH) im Wert von 5.900 Euro. Dem Gewinner des zweiten Platzes werden 5.000 Euro sowie ein Gutschein über die Teilnahme an den Entwicklungstagen® des Institut Ritter auf der Insel Rügen überreicht. Über 3.000 Euro und einen Bildungsgutschein der Deutsche Makler Akademie gGmbH im Wert von 1.000 Euro kann sich der Drittplatzierte freuen. Darüber hinaus werden alle Bewerber Mitglied im „Jungmakler Club“, der Wissensangebote und Vergünstigungen für sie bereithält.

Die Finalisten in diesem Jahr sind:

- **Manuel Epp** – E & P Versicherungsmakler GmbH & Co. KG
- **Philipp Frahmke** – AFC Frahmke – Assecuranz- & Finanzvermittlungs-Contor GmbH
- **Roland Herrmann** – Roland Herrmann Consulting GmbH
- **Stephanie Hirt** – Hirt Makler GmbH & Co. KG
- **Silvia Holzäpfel** – EFD GmbH – Europäische Finanzdienstleister GmbH
- **Dennis Keller** – Versicherungsbüro Haiger GmbH
- **Sebastian Kresse** – Sebastian Kresse – Unabhängige Finanzberatung
- **Bastian Kunkel** – Versicherungen mit Kopf
- **Julia Podzins** – Versicherungsmakler Podzins GmbH & Co. KG
- **Ingo Schröder** – maiwerk Finanzpartner GbR
- **Lars Steinmann** – Kanzlei Steinmann
- **Janine Teetz** – finaconsil – Vermögensmanagement für Mediziner
- **Dominik Wilnauer** – RWW Versicherungsspezialisten GbR

Wann und wo? 26.10.2017, Speaker's Corner, Halle 3A

Erstmalig als Aussteller bei der DKM 2017: MAHAG

Auf der diesjährigen DKM wird mit MAHAG auch ein Fahrzeugspezialist vertreten sein. Das Großkunden-Leistungszentrum aus München hat sich mit den Marken Audi und VW auf die Mobilitätsanforderungen der Versicherungsunternehmen spezialisiert und sich als kompetenter Ansprechpartner der Branche rund um das Thema „Fuhrpark“ etabliert. MAHAG bietet dabei eine Vertreterbetreuung aus Fachleuten, die aktuelle, günstige und attraktive Leasing-Angebote bereithalten.

Zum Leistungspaket der MAHAG gehört das Erstellen von Landingpages im Internet für die jeweilige Gesellschaft sowie ein regelmäßiger Informationsservice per Newsletter und E-Mail. Kunden des Leistungszentrums profitieren von der kompetenten Beratung und einem Servicepaket, das von der Bestellung neuer Fahrzeuge über die bundesweite Auslieferung bis hin zur dezentralen Fahrzeugrücknahme reicht. Die MAHAG hat mit fast allen großen deutschen Versicherungen ein Rahmenabkommen, über das die Handelsvertreter zu günstigen Konditionen Fahrzeuge beziehen können.

Die Aussteller der DKM 2017

A.T.U | ADCURI | ADVIGON | AFW | ALLIANZ | ALTE LEIPZIGER | ALTE OLDENBURGER | AMUNDI | AOK PLUS | APC GROUP SA | APKV | ARAG | ARBEITSKREIS BERATUNGSPROZESSE | ARERO | ASPOA | ASSCOMPACT | ASSCOMPACT AUSTRIA | ASSET STANDARD | ASSPARIO | ASSPARIO MAKLERSERVICE | ASURO | AURIMENTUM | AUXILIA | AXA | AXA ASSISTANCE

BADEN-BADENER | BANKMAGAZIN | BANKSAPI | BARMENIA | DIE BAYERISCHE | BBG | BCA | BDAE | BEAZLEY GROUP | BESTANDSMARKTPLATZ | BFV | BGV | BIPRO | BISURE | BLACKROCK | BRANDGILDE | B-TIX | BUHR & TEAM AKADEMIE | BUNDESANZEIGER | BVFI | BVK | BVSU

CAMPUS INSTITUT | CANADA LIFE | CAPITALINSIDE | CARE CONCEPT | CARL GROSS | CASH | CHARTA | CLEMENTS WORLDWIDE | CODIE | CONCORDIA | CONDOR | CONSAL | CONTINENTALE | CORPORATE INSURANCE | COVOMO

DA DIREKT | DAB BNP PARIBAS | DACADOO | DAK | DAS INVESTMENT | DBV | DEAWM/DWS | DEGENIA | DER SACHPOOL | DEURAG | DEUTSCHE GESELLSCHAFT RUHESTANDSPLANUNG | DEUTSCHE IMMOBILIENMESSE | DEUTSCHE LEIBRENTEN | DEUTSCHE MAKLER AKADEMIE | DEUTSCHE UNTERSTÜTZUNGSKASSE | DEUTSCHER RING | DFG | DIALOG | DIRECT LINE | DIREKT ASSEKURANZ | DJE | DMB | DMU | DOCURA | DOMCURA | DOMICIL | DORTMUNDTOURISMUS | DR. WALTER

EASY LOGIN | ECON APPLICATION | ENERGYSOLUTIONS24 | ERGO | ERGOSIGN | EUROPA | EVS ENERGIE | EXPERTENHOMEPAGE | EXPORO

FAIRR.DE | F-FEX | FIDELITY | FINANZCHECKPRO | FINANZPORTAL24 | FINASS.NET | FINCOMPARE | FINCONOMY | FINTEGO | FLOSSBACH VON STORCH | FONDS FINANZ | FRANKE UND BORNBERG | FRANKLIN TEMPLETON | FRIENDSURANCE | FUNDS EXCELLENCE | FW-VERLAG

GAV | GDV DIENSTLEISTUNGS-GMBH | GERMANBROKER | GEWERBEVERSICHERUNG24 | GOTHAER | GREENSURANCE | GRÜN VERSICHERT

DIE HAFTPFLICHTKASSE | HALLESCHER | HANNOVERSCHE | HANS JOHN | HANSEMERKUR | HDH | HDI | HEC | HEINZ VON HEIDEN | HEK | HELVETIA | HONORARKONZEPT | HP

IDEAL | IKK | IMMOCOMPACT | IN-FAB | ING-DIBA | INITIATIVE MEHRWERT | INSURO | INTERLLOYD | INTERRISK | INVEDA.NET | INVESCO | IS2 | ISHARES BY BLACKROCK | ITZEHOER | IVFP | IVV | IWUCA

J.P. MORGAN | JANITOS | JOHN & REHFELDT | JÖHNKE & REICHOW | JUNG, DMS & CIE | JUNGMÄKLER AWARD

KANZLEI VOIGT | KONZEPT & MARKETING | KRAVAG | KS AUTOGLAS

LBN | LEISTBAR24 | LV 1871 | MAHAG | MAILJET | MAKLERHOMEPAGE | MAKLERKONZEPTE | MAKLERTREUHAND | MANNHEIMER | MARKEL | MASSUP | MICROSOFT | MONUTA | MORGEN & MORGEN | MR-MONEY

NETINSURER | NEUSTA | NEWFINANCE | NOVITAS BKK | NÜRNBERGER | NV-VERSICHERUNGEN

OBERÖSTERREICHISCHE VERSICHERUNG

PATRIARCH | PERSONAL BUSINESS MACHINE | PFEFFERMINZIA | PLANETHOME | PLANETHYP | POLICEN DIREKT | PREMIUM GOLD | PROCHECK24 | PROCONTRA | PROKUNDO

R+V | RESULTATE INSTITUT | RHION | RÖDL & PARTNER

SACHPOOL | SALESFORCE | SALESURANCE | SCHADENDIENST24 | SCHEIBEN-DOKTOR | SCHROEDERS | SCHWENNINGER | SDK | SDV | SEB STEUERBERATUNG | SEMCONA | SETANTA | SIGNAL IDUNA | SKENDATA | SMEA IT SERVICES | STUTTGARTER | SWISS COMPARE | SWISS LIFE | SWISS LIFE PARTNER

TECKPRO | TELESON

UHER | UNIVERSA

VDVM | VEMA | VERSDIAGNOSE | VERSICHERUNG BY NIC | VERSICHERUNGSFOREN LEIPZIG | VERSICHERUNGSJOURNAL | VERSICHERUNGSMAGAZIN | VERTI VERSICHERUNG | VFA | VHV | VIGO | VITRINEMEDIA | VOLKSWOHL BUND | VON ESSEN BANK | VWV

WALDENBURGER | WEFOX | WEISS SOFTWARELÖSUNGEN | WELTSPAREN | WINNINGER | WINTEC | WOLTER HOPPENBERG | WOLTERS KLUWER | WÜRTEMBERGISCHE | WÜSTENROT | WWK

XBAV | XBAV BERATUNGS SOFTWARE

ZEB | ZENTRALRUF DER AUTOVERSICHERER | ZERT | ZINSPILOT | ZURICH

(Stand 18.08.2017)

DKM 2017 im Überblick

Termin: 24.–26.10.2017, Ort: Westfalenhallen Dortmund, www.die-leitmesse.de

Dienstag, 24.10.2017	ab 19.00 Uhr	Warm-up-Veranstaltung	Halle 7
Mittwoch, 25.10.2017	9.00 bis 18.30 Uhr	Messebetrieb mit Vorträgen, Workshops und Kongressen	Hallen 3A, 3B, 4 und 5
	ab 18.30 Uhr	Dinner-Night	Hallen 6 und 7
Donnerstag, 26.10.2017	9.00 bis 17.30 Uhr	Messebetrieb mit Vorträgen, Workshops und Kongressen	Hallen 3A, 3B, 4 und 5
	ab 17.00 Uhr	Vermittlertombola	Speaker's Corner, Halle 3A

AssCompact Trendtag 2017 in Wien: Orientierung in bewegten Zeiten

(ac) Die digitale Zukunft der Beratung und der Kommunikation zwischen Vermittler, Versicherer und Kunde und die IDD sind die Schwerpunkte beim 11. Trendtag von AssCompact Österreich am 19.10.2017 in der Pyramide in Wien/Vösendorf. Gäste aus Deutschland sind herzlich willkommen.

Der Branchenevent AssCompact Trendtag 2017 in Wien steht unter dem Motto „Alles bleibt anders – Orientierung in bewegten Zeiten“.

„Dass unsere Branche derzeit bewegte Zeiten durchläuft, ist offensichtlich“, weiß AssCompact-Österreich-Herausgeber und Trendtagveranstalter Franz Waghübinger, „die Gründe liegen einerseits in neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen wie der IDD und Datenschutzgrundverordnung, andererseits in neuen gesellschaftlichen und technischen Rahmenbedingungen wie der Digitalisierung und neuen Formen der Kommunikation. Unsere Branche muss aber in diesen bewegten Zeiten für Stabilität und Sicherheit stehen und den Spagat zwischen diesen neuen Herausforderungen und der gelebten Kontinuität schaffen.“

Daher bietet das Kongress- und Workshop-Programm einen thematischen Schwerpunkt zu den angesprochenen Entwicklungen – mit einem starken Fokus auf die Digitalisierung und die nahende Ausbildungsverpflichtung.

Der AssCompact Trendtag 2017 startet mit drei 15-minütigen Impulsvorträgen zum Thema „Der Einfluss der Digitalisierung und der Stellenwert der individuellen Aus- und Weiterbildung auf die Arbeitswelt der Zukunft“ mit dem ORF-TV-Moderator Dr. Armin Wolf, Microsoft-Österreich-General-Managerin Dr. Dorothee Ritz und Genetiker Prof. Markus Hengstschläger.

Auch das brisante Thema IDD erhält beim Trendtag einen prominenten Platz: Zum Beispiel mit einer Podiumsdiskussion mit den drei Bundesvorsitzenden Christoph Berghammer (Bundesvorsit-

zender der Versicherungsmakler), Horst Grandits (Bundesvorsitzender der Versicherungsagenten) und Hannes Dolzer (Bundesvorsitzender der Finanzdienstleister), Allianz-Österreich-Vorstand Werner Müller und Makler-Verbraucherschützer Rudolf Mittendorfer unter Diskussionsleitung von Dr. Klaus Koban, Geschäftsführer der Koban Südvers GmbH und Arbeitskreisleiter Recht.

Den Schlusspunkt im Hauptkongress setzt der blinde Ausnahmekletterer und Autor Andy Holzer, der vor wenigen Wochen auf dem Gipfel des Mount Everest stand. Er wird in seinem Vortrag „Den Sehenden die Augen öffnen“ darüber sprechen, wie man schwierige Situationen und Herausforderungen beruflich und privat meistert und wie außergewöhnliche Leistungen möglich werden.

Auch das Netzwerken kommt beim AssCompact Trendtag nicht zu kurz. Dafür sorgen 70 Aussteller aus den Bereichen Versicherung, Investment, Kapitalanlagen, Finanzen und Dienstleistungen sowie IT/Software, die ihre Produkte und Angebote für den Vermittlermarkt präsentieren.

Unter www.asscompact.at/trendtaganmeldung geht es zur kostenfreien Anmeldung. ■

Das Workshop-Programm

- Versicherungsrecht: Schadenbearbeitung – das Plus des Versicherungsmaklers
- Digital – und es betrifft uns doch!
- Vorsorge in einer Welt ohne Zinsen
- Vertrieb: Die Zukunft braucht den persönlichen Kontakt
- Innovationen der Gesellschaften
- Update für Versicherungsagenten



Ein Muss für die Fachleute der Finanz- und Versicherungsbranche in Österreich: Der AssCompact Trendtag am 19.09.2017 in Wien. Auch Gäste aus Deutschland sind dazu herzlich willkommen.

Altersbild der Jüngeren deckt sich nicht mit Einschätzung von Senioren

(ac) Ihre Lebensqualität schätzen Senioren selbst weitaus besser ein als Jugendliche und Erwachsene im mittleren Alter. Das Altersbild der Jüngeren stimmt also nicht mit dem eigenen Erleben der Älteren überein. Dies geht aus der INSA-Studie „50plus“ hervor, die vom Deutschen Institut für Altersvorsorge (DIA) mitgetragen wird. Laut Studie ist gerade einmal jeder Zweite der Meinung, dass es den Menschen im Rentenalter gut gehe. Je jünger die Befragten sind, desto seltener beurteilen sie die Lebensqualität im Alter als gut. Unter den 18- bis 29-Jährigen meinen lediglich 44%, dass es den Senioren gut gehe. Die Senioren selbst sehen das häufig anders. So stuften 61% der 70- bis 79-Jährigen ihre Lebensqualität als gut ein. Erst mit steigendem Alter beurteilen die Menschen ihre Situation etwas weniger positiv, vermutlich weil Krankheiten und Pflegebedürftigkeit häufiger auftreten.

Ab wann werden Menschen als alt betrachtet?

Im Rahmen der Studie wurde auch die Frage gestellt, ab welchem Zeitpunkt Menschen als alt angesehen werden.

Der Unterschied zwischen dem gefühlten und dem tatsächlichen Alter beträgt etwa ein Jahrzehnt. Die unter 40-Jährigen sind der Ansicht, dass man ab 60 Jahren zu den Alten zu rechnen ist. Nach Auffassung der über 40-Jährigen beginnt das Altsein dagegen erst nach dem 70. Lebensjahr.

Einstellung zur Rente verändert sich mit Lebensalter

Wie die Studie außerdem zeigt, verschiebt sich auch die Einstellung zum Ende der Erwerbsphase und zum Rentenbeginn mit dem Lebensalter. Die Menschen im Alter bis zu 60 Jahren geben an, nur bis maximal 63 arbeiten zu wollen. Länger arbeiten ziehen die wenigsten in Betracht: Nur 7% der unter 30-Jährigen geben an, über 67 Jahre hinaus arbeiten zu wollen, sofern es die Gesundheit erlaubt. Die Rentner selbst haben dazu eine etwas andere Einstellung. Unter den 70- bis 79-Jährigen können sich dies immerhin 23% vorstellen. Mit dem eigenen Erleben der Rentenzeit werden die Fähigkeiten zu einer längeren Erwerbsphase also anders beurteilt als von jüngeren Menschen.

Anzeige

Bei uns finden Sie den perfekten Nachfolger

Die Nachfolgefrage ist für jeden Unternehmer ein schwieriges und auch emotionales Thema. Ein klares und ausgereiftes Konzept ist die Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Übergang. Setzen Sie daher bei Ihren Nachfolgeplänen auf unsere Expertise.

Wie bieten:

- einen umfassenden Anzeigenmarkt
- individuelle Betreuung
- langjährige Erfahrung
- breites Netzwerk

Damit auch Ihre Zukunft Bestand hat!
Jetzt informieren: www.bestandsmarktplatz.de



Eine Initiative von:

AssCompact
Unternehmens- & Immobilienmanagement

Resultate
Institut für Unternehmensbewertung
und Vermögensmanagement (GmbH)

DER BESTANDSMARKTPLATZ
Und Ihre Zukunft hat Bestand.

Aktionstag „Grüne Altersvorsorge“

Nachhaltiges Investieren liegt voll im Trend

(ac) Transparentes, ökologisches und ethisch faires Investieren liegt voll im Trend, nicht nur bei jungen Menschen. Demzufolge wächst der Markt für grüne, nachhaltige Finanzprodukte stetig und auch die Unternehmensneugründungen im grünen Umfeld nehmen in Deutschland beachtlich zu.

Neue Perspektiven für Makler und Versicherer

Das Interesse von Kunden an nachhaltigen Produkten wächst, doch mangelt es an Wissen, was der Markt bereits bietet. Maklern und Versicherern tun sich hier neue Marktchancen und Perspektiven auf. Mit dem Aktionstag „Grüne Altersvorsorge“, der am 19.09.2017 in Ladenburg (Baden-Württemberg) stattfindet, will AssCompact Vermittler für das Vertriebspotenzial bei nachhaltigen Produkten sensibilisieren und die Perspektiven grüner Altersvorsorgelösungen für das eigene Geschäft aufzeigen.

Nachhaltige Versicherungs- und Finanzlösungen im Fokus

Der Aktionstag, der in diesem Jahr erstmals stattfindet, wird von AssCompact gemeinsam mit der Mehrwert GmbH für Finanzberatung und Vermittlung veranstaltet. Fünf Partner unterstützen den Aktionstag und präsentieren ihre nachhaltigen Versicherungs- und Finanzlösungen: die Allianz Lebensversicherungs-AG, die Barmenia Versicherungen, die Concordia oeco Lebensversicherungs-AG, die Bayerische und die Stuttgarter Versicherung. Aus aktuellem Anlass gibt zu Beginn der Veranstaltung Rechtsanwalt Hans-Ludger Sandkühler einen Überblick darüber, wie sich die IDD auf den Makleralltag auswirkt. Weitere Informationen und die Anmelde-möglichkeit gibt es unter www.asscompact.de/gruene-altersvorsorge



Der Aktionstag, der am 19.09.2017 in Ladenburg stattfindet, will die Perspektiven grüner Altersvorsorgelösungen für das eigene Geschäft aufzeigen.

Zufriedenheit mit Gesundheitswesen regional verschieden

(ac) In Sachen Zufriedenheit mit dem Gesundheitswesen zeigt sich zwischen den einzelnen Bundesländern ein starkes Gefälle. Dies geht aus einer Umfrage der Continental Krankenversicherung a.G. in Kooperation mit dem Meinungsforschungsinstitut TNS Infratest hervor. Im Ranking der Bundesländer belegt Sachsen vor Bremen Rang 1, das Saarland folgt auf Rang 3. Auf den letzten Rängen landeten Schleswig-Holstein (Rang 14) und Mecklenburg-Vorpommern (Rang 15) vor Brandenburg als Schlusslicht auf Rang 16. Im Rahmen der Studie wurden bundesweit 2.210 Bürger ab 18 Jahren zu ihrer Zufriedenheit mit Preis und Leistung im Gesundheitssystem befragt.

Ermittelt wurden die Werte mithilfe einer Indexpunkte-Skala von -100 (völlige Unzufriedenheit) bis +100 (völlige Zufriedenheit). Der bundesweite Durchschnitt beträgt 22,9 Punkte. Spitzenreiter Sachsen kommt auf 32,3 Punkte, gefolgt von Bremen mit 28,0 und dem Saarland mit 26,6 Punkten. Wie die Ergebnisse zeigen, liegen die flächenmäßig kleinen Bundesländer alle über dem Bundesdurchschnitt. So belegt Hamburg Rang 6 und Berlin Rang 7. Am wenigsten zufrieden mit dem Gesundheitswesen sind die Menschen in Brandenburg mit 14,7 Punkten. Insgesamt zeigen sich die Deutschen mit den Leistungen des Gesundheitswesens zufriedener als mit dem Preis, den sie dafür bezahlen, beispielsweise über Krankenkassenbeiträge und Zuzahlungen.

Laut Monuta-Umfrage haben Makler die Vorsorgeberatung fest im Blick

(ac) Die Beratung rund um Vorsorgethemen wie beispielsweise Patientenverfügung, Vorsorgevollmacht und Sorgerechtsverfügung, aber auch die Beratung zur Nachlassregelung und zur finanziellen Vorsorge für die Bestattung stehen bei Maklern und Vermittlern ganz oben auf der Agenda. Dies ist eines der Ergebnisse der jüngsten Monuta-Maklerumfrage. Im Vergleich zu den Vorgängerumfragen zeigen sich in der aktuellen dritten Auflage einige Unterschiede im Hinblick auf die Kundenansprache: Mehr als die Hälfte (55%) der befragten Makler sprechen die Themen Nachlassregelung und Sorgerechtsverfügung aktiv an, im letzten Jahr waren es mit 45 bzw. 42% einige weniger.

Unternehmer und Selbstständige weniger im Fokus

Am unteren Ende der Skala rangieren dagegen die organisatorische Bestattungsvorsorge und die in diesem Jahr neu in die Umfrage aufgenommene Vorsorgeberatung für Unternehmer und Selbstständige. Lediglich ein gutes Drittel (35 bzw. 33%) der befragten Makler hat diese Beratungsthemen bisher auf dem Schirm.

Makler plädieren für Datenbank zu Kfz-Schadenfreiheitsrabatten

(ac) Die Unzufriedenheit bei einigen Versicherungsmaklern darüber ist groß, wie mühsam die Recherche nach Schadenfreiheitsrabatten (SFR) in der Kfz-Versicherung mitunter sein kann, da hierzu kaum Datenbanken der Versicherer bestehen. Versicherungsmakler Jürgen Bechstein aus Wiesbaden macht deutlich: „Fast immer müssen Innendienstmitarbeiter alle bestehenden und abgelaufenen Verträge mühsam einzeln durchforsten. Bei Kunden mit vielen ehemaligen Kfz oder gar mehreren Kundennummern in einem Versicherungsunternehmen kann das schon mal etwas länger dauern.“ Bechstein gehört zu einer Gruppe von derzeit 17 Versicherungsmaklern, die in einem Brief an Versicherer und den GDV appelliert haben, mit einem entsprechenden Tool die Suche nach SFR zu erleichtern.

Die Makler rufen die Versicherer auf, entsprechende Konzepte zu entwickeln, „damit über die jeweiligen Kundenportale ganz klar ersichtlich ist, welche SFR ein Kunde hat, welche davon aktiv sind und welche davon derzeit ruhen bzw. wann deren Verfallsdatum eintritt“, so Bechstein. Für die Makler sollte außerdem ersichtlich sein, wie hoch der sogenannte GDV-Rabatt bzw. das Rabattgrundjahr (RGJ) und wie hoch eine mögliche unternehmensinterne Sondereinstufung ist.

Appell ist wenig Erfolg versprechend, aber zumindest in einer Hinsicht lohnenswert

Besonders Erfolg versprechend dürfte der Appell nicht sein. Datenschutzrechtliche Bedenken wären wohl zu groß, zudem müssten alle Versicherer mitmachen. Lohnenswert ist die Aktion insofern, als Versicherungsmakler auf ihre Bedürfnisse in Sachen Digitalisierung aufmerksam machen und ihre Bedürfnisse in Sachen effizientere Arbeitsprozesse in die Waagschale werfen.



Ihr Partner im Mittelstand

Starten Sie mit uns durch. Mit leistungsstarken Kraftfahrt-Produkten.

Die Highlights:

- Erstklassiges Schadenmanagement mit dem Reparaturservice der Württembergischen.
- Leistungstarker PremiumSchutz.
- Neu: Telematik-Lösung für Versicherungsnehmer unter 30 Jahren.
- Optionale Bausteine für Pkw u.a.:
 - Neu: Schadenservice+.
 - Schutzbrief Classic.
 - Fahrer-Schutz.
 - Rabatt-Schutz.
- Interessante Einstufungsmöglichkeiten.
- Neuer attraktiver Oldtimer-/Youngtimer-Tarif.
- Lösungen für Fahrzeug-Flotten.

Weitere Informationen unter:
wuerttembergische-makler.de

JETZT zu uns wechseln und 10 % Frühbuherabatt bis zum 19. Oktober auf die Auto- bzw. Motorversicherung sichern (Versicherungsbeginn 01.01.2018).

ZAHLEN

zur privaten Altersvorsorge von Frauen in Deutschland

44%

der deutschen Frauen

zwischen 35 und 55 Jahren machen sich keine Gedanken über private Altersvorsorge.

1/3

Insgesamt knapp

der befragten Frauen spart privat gar nicht für die Rente.

37%

der Frauen sind der

Meinung, nicht genügend Finanzwissen für die Vorsorgeplanung zu besitzen.

4.

Fast jede

Frau möchte sich aber nicht umfassendere Kenntnisse in Sachen Finanzen aneignen.

59%

der Frauen sind noch

ausschließlich in klassischen Anlageformen investiert.

(Quelle: Amundi Asset Management; eigene Darstellung)

VdS-Broschüre „Lehrgänge 2018“ erschienen

(ac) Die Broschüre „Lehrgänge 2018“ aus dem Haus der VdS Schadenverhütung GmbH steht im Internet unter www.vds.de/2018 kostenlos zum Download bereit. Wer ein gedrucktes Exemplar bevorzugt, kann es sich ebenfalls gratis per Post zuschicken lassen. Das Bildungszentrum der VdS Schadenverhütung GmbH bietet seit vielen Jahren ein breites Spektrum an professionellen Aus- und Weiterbildungen in den Bereichen Brandschutz, Security, elektrische Anlagen, Arbeitsschutz, Naturgefahren und Informationssicherheit an.

Neue Cybersecurity-Lehrgänge

Insgesamt umfasst das Programm 2018 über 90 unterschiedliche Lehrgänge und Workshops mit über 200 Terminen in verschiedenen deutschen Städten, darunter auch komplett neue Lehrgänge, zum Beispiel im Themenbereich Cybersecurity.

ERGO und VIWIS erhalten Auszeichnung für „App Baukasten“

(ac) Für ihren gemeinsam mit dem Bildungsanbieter VIWIS entwickelten „App Baukasten“ hat die ERGO Group den diesjährigen Eisenhut-Award erhalten. Mit dem Preis wird herausragende Vertriebssoftware im Finanzdienstleistungsbereich ausgezeichnet. Ausgelobt wird der Award vom Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK e.V.) und KuBI e.V. mit Unterstützung des Verlags Versicherungswirtschaft.

„Mit dem Baukasten bauen wir unsere Apps in 20% der sonst üblichen Zeit, von der Konzeption bis zum Rollout. Das spart nicht nur Zeit, sondern auch Geld“, sagt Olaf Reckzeh vom ERGO Bildungsmanagement Vertrieb. Der App Baukasten ermöglicht es, ähnliche Quiz schnell und effizient umzusetzen und stets aktuell zu halten. Laut ERGO spielen beim App Baukasten das Learning Management System (LMS), Inhalt und Anwendungssoftware (App) perfekt zusammen. Im LMS der VIWIS werden Fragen für die Vorbereitung auf die IHK-Prüfung gepflegt und genutzt. Via App werden die Fragen für das Smartphone angepasst und dem Nutzer bereitgestellt. Das LMS verwaltet den Zugriff auf die Inhalte, hierüber werden auch Nutzungscontrolling und die Aktualisierung der Fragen gesteuert. Die App bietet dem Nutzer somit immer nur aktuelle und gepflegte Fragen.

VGA unterstützt Digitalisierungs-Circle der DHBW Heidenheim

(ac) Der Bundesverband der Assekuranzführungskräfte (VGA) und der Studiengang BWL-Versicherung der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) führen ihre langjährige Zusammenarbeit fort. Dies unterstrichen das Präsidium des VGA und der Studiengangsleiter Prof. Dr. Jürgen Hilp. Der VGA ist nun auch Mitglied der Initiative Digitalisierungs-Circle zur Digitalisierung in der Versicherungs- und Finanzwirtschaft, die von Prof. Dr. Hilp geleitet wird. Die Initiative will sich ganzheitlich mit dem Thema Digitalisierung befassen, also die mit der Digitalisierung in der Versicherungs- und Finanzwirtschaft zusammenhängenden Themenbereiche und Fragen beleuchten. Analysiert werden sollen sowohl die Trends der Digitalisierung als auch die gesellschaftlichen Auswirkungen des digitalen Wandels, vor allem im Hinblick auf die Arbeitswelt.

Auswirkungen der Digitalisierung werden untersucht

Die Forschung will sich auch digitalen Geschäftsmodellen widmen und hierzu unter anderem Marktanalysen zu FinTechs und InsurTechs durchführen. Im Bereich Management soll insbesondere die Digitalisierung als Einflussgröße auf die Unternehmenskultur untersucht werden sowie die Auswirkung der Digitalisierung auf die Personalwirtschaft. Auch die Rahmenbedingungen der Branche beleuchtet der Digitalisierungs-Circle, um zum Beispiel die Frage zu klären, welche Auswirkungen die Digitalisierung auf das Aufsichtsrecht und die Regulierung haben wird.

„Wer Digitalisierung nur als eine Frage der Technik versteht, denkt noch analog“, bringt Prof. Dr. Hilp die Initiative auf den Punkt. VGA-Präsident Hans-Ulrich Buß unterstreicht: „Der VGA ist froh, das Thema der Digitalisierung durch die Unterstützung der Initiative der DHBW Heidenheim eng begleiten zu dürfen.“

VHV-Broschüre mit Tipps zu Wärmedämmung/Brandschutz

(ac) Die energetische Sanierung im Gebäudebestand stellt einen wichtigen Bestandteil des Klimaschutzes dar. Wärmedämmungen erfordern umfangreiche Maßnahmen, die auch den Brandschutzaspekten Rechnung tragen müssen.

Der Bauspezialversicherer VHV und das Institut für Bauforschung e. V. (IFB) arbeiten seit längerer Zeit an einer Studie zum Thema „Wärmedämmung im Bestand und Brandschutz“. Entstanden ist ein Fachhandout für alle, die mit dieser Thematik zu tun haben. Die Studie gibt Hintergrundinformationen über Klimaschutz und Energiewende, über die Notwendigkeit einer Energiebedarfsenkung und über verschiedene Wärmedämmungsmaßnahmen. Außerdem geht es um unterschiedliche Aspekte des Brandschutzes und es werden verschiedene Brandschadenfälle an energetisch sanierten Bestandsgebäuden erläutert. Das Fachhandout kann hier kostenlos heruntergeladen werden: www.vhv-bauexperten.de/aktuelles/downloads

Anzeige



DEUTSCHE 
Familienversicherung

Deutschlands flexibelste
Pflegezusatzversicherung:
DFV-DeutschlandPflege Flex

www.testsieger-pflegefex.de

ePortal „Meine Gesundheit“ auch für Debeka und VKB

(ac) Die Versicherungsunternehmen Debeka und Versicherungskammer Bayern (VKB) stellen ihren Versicherten in Zukunft das ePortal „Meine Gesundheit“ zur Verfügung. Entwickler und Betreiber des Portals ist die MGS Meine-Gesundheit-Services GmbH (MGS), ein Joint Venture des AXA Konzerns und der CompuGroup Medical SE (CGM). Ziel der strategischen Partnerschaft ist es, Prozesse zwischen krankenvollversicherten Kunden, ärztlichen und nichtärztlichen Leistungserbringern sowie privaten Krankenversicherern zu vereinfachen. Das ePortal „Meine Gesundheit“ vernetzt alle Beteiligten miteinander und ermöglicht dem Kunden unter anderem das Rechnungsmanagement voll digitalisiert durchzuführen. Der Service kann auch per App auf dem Smartphone genutzt werden. Neben dem Rechnungsmanagement stehen den Versicherten im ePortal auch Online-Funktionen zur Arztsuche und zur Terminvereinbarung sowie Prüfungen zur Arzneimitteltherapiesicherheit und individuelle Gesundheitsnachrichten zur Verfügung.

Start voraussichtlich Anfang 2018

Seit Mai 2016 bietet die AXA Krankenversicherung ihren vollversicherten Kunden in der Krankenversicherung Zugang zu „Meine Gesundheit“, ab dem 01.09.2017 beteiligen sich auch die privaten Krankenversicherer Debeka sowie die Versicherungskammer Bayern mit den beiden Unternehmen Bayerische Beamtenkrankenkasse und Union Krankenversicherung an der MGS und werden den ePortal-Service ihren Versicherten voraussichtlich ab Anfang 2018 zur Verfügung stellen.

Continental Kranken bringt RechnungsApp

(ac) Eine neue RechnungsApp ermöglicht es Kunden der Continental Krankenversicherung, ihre Rechnungen via Smartphone oder Tablet zu übermitteln. Die App lässt sich kostenlos im Google Play Store sowie im App Store von Apple herunterladen.

Daten mehrfach verschlüsselt

Die privatärztlichen Verrechnungsstellen kennzeichnen ihre Rechnungen in ausreichendem Umfang mit zwei unterschiedlichen, jeweils verschlüsselten QR-Codes. Dies gewährleistet, dass die Leistungsdaten sicher und anonymisiert an den Versicherer übermittelt werden. Rezepte und andere Belege, die noch nicht mit diesen Codes versehen sind, können fotografiert werden. Auch hier werden die Daten mehrfach verschlüsselt. In beiden Fällen erfolgt der sichere Versand über die RechnungsApp. Nur die Continental kann die Daten entschlüsseln und nur autorisierte Mitarbeiter dürfen die Belege einsehen und bearbeiten – wie auch bei Belegen in Papierform.

Update für IVFP-Basisrenten-Rechner

(ac) Der Basisrenten-Rechner des Instituts für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP), den die Swiss Life seit Mai 2015 einsetzt, hat ein Update erhalten: Nun werden die Vorteile der steueroptimierten Absicherung des Berufsunfähigkeitsrisikos anschaulich dargestellt. Mit der Eingabe der gewünschten Berufsunfähigkeitsrente wird automatisch ermittelt, wie hoch der steueroptimierte Beitrag zur Basisrente ist. Auch der eingesetzte U-Kassen-Rechner erhielt ein Update, das es ermöglicht, das Thema BU-Zusatzversicherung in Kombination mit einem U-Kassentarif zu beraten. Sämtliche Ergebnisse der Beratungstools werden in einer Auswertung festgehalten. Zusammen mit der Möglichkeit, eine Beratungsdokumentation zu erstellen, kann somit eine qualitativ hochwertige Beratung durchgeführt werden.

VOLKSWOHL BUND ist neuer Partner beim Innovation-Lab

(ac) Die VOLKSWOHL BUND Versicherungen werden Innovationspartner des wefox-Innovation-Labs, das im April 2017 ins Leben gerufen wurde. Ziel des Innovation-Labs ist es, digitale Innovationen zum Vorteil von Maklern, Kunden und Versicherern zu beschleunigen. In gemeinsamen Workshops entwickelt wefox mit jedem Innovationspartner die Themen weiter. Es werden Standards erarbeitet, mit denen administrative Prozesse wie Angebotserstellung, Schadenmeldungen und Zahlungsverkehr über Schnittstellen der neuesten Generation kostensparend und in Echtzeit organisiert werden können. Übereinstimmend fokussieren sich VOLKSWOHL BUND und wefox konsequent auf den Vertriebsweg der Makler und Mehrfachagenten.

Ostangler und assfinet entlasten Makler bei ihrer Verwaltungsarbeit

(ac) Die Ostangler Versicherungen (OAB) ermöglichen in Zusammenarbeit mit der Firma B+M aus Kiel, Hersteller des AGS Verwaltungsprogrammes, mit der Umsetzung der BiPRO-Norm 430.4 nun auch die komplette Lieferung der aktuellen Bestandsdaten ins assfinet-Maklersystem ams.5 sowie in das Agenturverwaltungsprogramm ia.2. Mithilfe eines bedarfsgerechten Bausteinkonzepts lässt sich das ams.5 flexibel an alle Bedürfnisse anpassen und jederzeit im benötigten Funktionsumfang individuell erweitern.

Die Norm 430.4 definiert die Übermittlung von vertragsbezogenen Geschäftsvorfällen wie beispielsweise der Police zur elektronischen Abholung von Rechnungen, Bestandsdaten, Vertragsänderungen oder auch von Mahndokumenten. Einzige Voraussetzung ist, dass die jeweilige Maklersoftware BiPRO-tauglich ist und der Makler damit die 430-er Datenlieferung automatisch übernehmen kann. Dann entfällt beim Vermittler die aufwendige händische Eingabe von Daten.

.....

Hypoport startet Digitalplattform im Versicherungssegment

(ac) Die Hypoport AG, die unter anderem die digitale Kreditvermittlungsplattform Europace betreibt, erweitert ihr Angebot im Versicherungssegment: Die 100%-ige Konzerntochter Smart InsurTech GmbH verfügt demnach über eine vollintegrierte digitale Plattform für die Versicherungsbranche und bietet eine Komplettlösung für Beratung, Produktvergleich und Verwaltung von Versicherungsverträgen praktisch aller Anbieter. Durch die Übernahmen der NKK Programm Service AG, der Innosystems GmbH und der maklersoftware.com GmbH, die vorerst mit ihren Marken unter dem Dach von Smart InsurTech bestehen bleiben, baut das Unternehmen auf bewährte Systeme auf.

Über die integrierte Plattform wird der webbasierte Austausch mit den Versicherungsunternehmen ermöglicht und der Vermittler von zeitraubenden Verwaltungstätigkeiten entlastet. Neben den klassischen Beratungs- und Vertriebsfunktionen schafft die Plattform eine einheitliche Schnittstelle zwischen Vermittlern und Versicherungsunternehmen. Von der Bestandsübertragung über die Policierung bis zur Provisionsabrechnung können alle Prozesse ohne Medienbruch abgedeckt werden. Die abgedeckten Prozesse, unter anderem Tarifierung, automatisierte Policierung und Verwaltung, Bestandsdaten- und Dokumentenabruf, basieren auf BiPRO-Standards.

SBU-professional Vitality

Versichert. Gesünder. Belohnt.



Jetzt auch mit:



Mehr als eine Versicherung

Mit SBU-professional Vitality profitiert Ihr Kunde dreifach. Von einem Top-5*-BU-Schutz, einem verbesserten Lebensgefühl sowie von attraktiven Rabatten bei Kooperationspartnern. Und dabei kann Ihr Kunde die Nettoprämie um bis zu -11% selbst beeinflussen! Generali Vitality ist ein Programm der Generali Vitality GmbH.

Wollen Sie mehr erfahren?

Bestellen Sie kostenfrei unsere
SBU-professional Vitality Mappe unter
Tel. +49 (0)821 / 319-1220



Mehr Infos auch unter www.dialog-leben.de

DER Spezialversicherer
für biometrische Risiken

germanBroker.net kooperiert mit Getsurance

(ac) Das Berliner InsurTech Getsurance gibt seine Kooperation mit dem Maklerverein germanBroker.net bekannt. Beide Unternehmen vereinbarten eine enge Zusammenarbeit und einen regelmäßigen Austausch, der auch die zukünftige Produktentwicklung bereichern soll. germanBroker.net-Partner können ab September 2017 über das Extranet des Maklerpools auf „Getsurance Job“ zugreifen. „Getsurance Job“ verfolgt als erste digitale BU einen abgestuften Produktansatz mit drei verschiedenen BU-Varianten (Job Basic, Job Comfort und Job Premium), die sich im Leistungsumfang unterscheiden.

blau direkt übernimmt HT-Maklerservice

(ac) Der Lübecker Maklerpool blau direkt verstärkt sich fachlich und übernimmt zum Jahreswechsel das Analyse- und Softwarehaus HT-Maklerservice, das sich als Informationsdienstleister auf biometrische Risiken, insbesondere die Berufsunfähigkeit, spezialisiert hat. In diesem Zusammenhang werden Bedingungen analysiert und bewertet. Das erworbene Fachwissen wird in Beratungen und Schulungen an die Kunden des Hauses vermittelt. Darüber hinaus bietet der HT-Maklerservice eine Analysesoftware zur Kundenberatung an.

Die Übernahme soll nach Angaben der Unternehmen schrittweise geschehen. Während das operative Geschäft bereits zusammengeführt wird, sollen die konkreten Software-Assets und die Firmenhülle des HT-Maklerservice erst zum Jahresende übernommen werden.

Holger Timmermann, Inhaber des HT-Maklerservice, hat bereits ein Fortbildungsprogramm für blau direkt entworfen. Im nächsten Schritt will blau direkt seinen Partnern die Fachschulungsprogramme des HT-Maklerservice in Webinarform verfügbar machen. Außerdem hat der HT-Maklerservice bereits begonnen, Ausbau und Neukonstruktion der Vergleichsrechner in der Lebensversicherungssparte des Pools zu koordinieren.



blau-direkt-Geschäftsführer Lars Drückhammer (l.) und HT-Maklerservice-Inhaber Holger Timmermann (r.) geht es um die Verbesserung der Beratungsqualität.

Vergleichsportal gonetto online: Versicherungen ohne Provision

(ac) Ende Juli ist mit gonetto das erste deutsche Online-Vergleichsportal gestartet, das Kunden Versicherungen ohne Provisionen anbietet. Dabei können Kunden entweder direkt eine provisionsfreie Nettoversicherung abschließen und ein Honorar an gonetto bezahlen; oder sie können ihre aktuellen Versicherungsverträge beim Portal eingeben, ihre bisherige Maklervollmacht übertragen und sie erhalten ihre Provisionen unter Abzug des gonetto-Honorars zurückerstattet. Bei der Betreuungslösung gibt der Kunde auf www.gonetto.de den Namen des Versicherers und die Art der Versicherung sowie die aktuelle Beitragshöhe an. gonetto errechnet dann die Höhe der im Beitrag enthaltenen Provisionen und zeigt mögliche Ersparnisse an. Das gonetto-Honorar beträgt in beiden Fällen 1 Euro pro Monat je Vertrag. Die Plattform zeigt im direkten Vergleich Brutto- und Nettotarife und listet die Provisionen auf. Dort, wo es bei Versicherern nur Brutto-Tarife gibt, wird die Provision erstattet.

Erlaubnis nach § 34d

Die gonetto GmbH ist als Versicherungsmakler registriert. Zum Management- und Gründerteam gehören Michael Mebesius, der unter anderem für Honorarkonzept tätig war, Steffen Otte, der unter anderem das Start-up asuro mit aufbaute, und der Finanzfachmann Dieter Lendle. Laut Internetseite können Kunden aus über 3.000 Tarifen in der Sachversicherung bei über 100 Gesellschaften wählen. Aktuell habe man mit über 70 Versicherungsgesellschaften Kooperationsvereinbarungen, weitere Versicherer sollen für das Konzept gewonnen werden. Die Beratung erfolgt in der Regel online. So können Kunden einen Online-Bedarfscheck durchführen. gonetto empfiehlt im Tarifvergleich dann entsprechende Produkte. Wer weitere Beratung wünscht, erhält Kontaktdaten zu Honorarberatern, die dann extra bezahlt werden müssen.

vfm erweitert Leistungen beim Gewerbeschutz

(ac) Die vfm-Gruppe bietet ihren Partnern erweiterte Leistungen ihres Gewerbeversicherungsschutzes „vfm-Firmenpolice“. Gemeinsam mit dem Versicherer AIG Europe Limited wurde ein modulares und spartenübergreifendes Konzept für fast 1.000 Betriebsarten erarbeitet und damit zugleich die Zielgruppen deutlich ausgeweitet. Bislang waren 400 Betriebsarten versicherbar. Neben verbesserten Bedingungs- und Leistungsmerkmalen innerhalb der Sparten Betriebshaftpflicht und Sachversicherung für Inhalt wurde nun auch die Gebäudeversicherung mit in die Konzeptlösung integriert. Zusätzlich zur Auswahl stehende Produkte wie das vfm Flottenkonzept, D&O- und Cyberversicherung fügen sich nahtlos in das neue Angebot ein.

Medienbruchfreier Antrags- und Tarifierungsprozess

Über ein Bausteinprinzip kann der gewünschte Versicherungsschutz ermittelt und die einzelnen Module kombiniert werden. Über das Maklerverwaltungsprogramm Keasy ist in Zusammenspiel mit dem zeitsprung-Dokumentenservice und einer

Schnittstelle zum neuen webbasierten vfm-Partnershop eine medienbruchfreie Vorgangsbearbeitung möglich. „Bereits erste Erfahrungswerte konnten belegen, dass sich vermittlerseitig der Aufwand durch das prozessoptimierte Vorgehen um bis zu zwei Drittel reduzierte. Da mit dem neuen Tarif oftmals auf langwierige Ausschreibungen verzichtet werden kann, ist sogar von einem noch höheren Effekt auszugehen“, betont vfm-Geschäftsführer und Keasy-Verantwortlicher Robert Schmidt.

Die vfm-Firmenpolice gewährt innerhalb der Sachversicherung für Inhalt und Gebäude einen vollständigen Verzicht auf Anrechnung einer Unterversicherung und bietet eine Leistungs-Update-Garantie. Sollte ein bereits bestehender Versicherungsschutz in einzelnen Punkten einen besseren Leistungsumfang als die neue vfm-Firmenpolice beinhalten, sieht eine mehrjährige Besitzstandswahrung innerhalb des neuen Angebots vor, dass die Schadenabwicklung unter bestimmten Voraussetzungen nach dem bisherigen Leistungsumfang reguliert wird.

Anzeige

Stuttgarter index-safe: Damit Sie

da ankommen, wo Sie hinwollen.

Wegweisend: die verlässliche Indexrente mit attraktiven Renditechancen.

Jetzt informieren unter
www.index-safe.stuttgarter.de

Zukunft machen wir aus Tradition.



Die Stuttgarter
Der Vorzugsversicherer

Umsetzung der Finanzmarktrichtlinie MiFID II abgeschlossen

Am 23.06.2017 ist das Zweite Gesetz zur Novellierung von Finanzmarktvorschriften auf Grund europäischer Rechtsakte (Zweites Finanzmarktnovellierungsgesetz – 2. FiMaNoG) im Bundesgesetzblatt verkündet worden. Das Gesetz tritt in weiten Teilen zum 03.01.2018 in Kraft und setzt die Vorgaben der überarbeiteten Finanzmarktrichtlinie (MiFID II) nebst der dazugehörigen Verordnung (MiFIR) sowie weitere europäische Vorgaben in nationales Recht um.

Die Neufassung der MiFID II ist am 03.07.2014 in Kraft getreten. Die Mitgliedsstaaten der EU sollten die Richtlinie ursprünglich zum 03.07.2016 umsetzen. Die Frist ist dann per Verordnung auf den 03.07.2017 verlängert worden. Ab

Infolge der Finanzkrise von 2008 sah sich die Europäische Kommission veranlasst, MiFID I zu überarbeiten, um die Finanzmärkte effizienter und transparenter zu machen [...].

Anfang 2018 haben die Marktteilnehmer die neuen Regeln anzuwenden. Die MiFID II wird ergänzt um die Finanzmarktver-

ordnung (Markets in Financial Instruments Regulation – MiFIR), die in den Mitgliedsstaaten unmittelbar gilt. Auch sie ist erst ab dem 03.01.2018 anzuwenden. Die Europäische Wertpapier- und Marktaufsichtsbehörde ESMA ist befugt, MiFID II und MiFIR durch technische Standards zu konkretisieren. MiFID II ersetzt die Richtlinie 2004/39/EG vom 21.04.2004 (MiFID I), die aufgehoben wird. Infolge der Finanzkrise von 2008 sah sich die Europäische Kommission veranlasst, MiFID I zu überarbeiten, um die Finanzmärkte effizienter und transparenter zu machen und den Anlegerschutz zu stärken.

Wesentliche Inhalte von MiFID II

Die wesentlichen Änderungen durch MiFID II und MiFIR betreffen den Anlegerschutz sowie markt- und börsenbezogene Themen. Im Rahmen der Verbesserung des Anlegerschutzes verbietet MiFID II Wertpapierdienstleistern, Zuwendungen – insbesondere Vertriebsprovisionen – für unabhängige Anlageberatung oder Portfolioverwaltung anzunehmen. Im Übrigen

sind Zuwendungen nur noch gestattet, soweit sie geeignet sind, die Servicequalität für den Kunden zu verbessern. Wertpapierdienstleister sind dann verpflichtet, dem Kunden offenzulegen, welche Zuwendungen sie erhalten. Für die Entwicklung neuer Investmentprodukte gelten neue Produkt-Governance-Regeln. Emittenten von Finanzinstrumenten werden verpflichtet, einen Zielmarkt festzulegen und ein angemessenes Konfliktmanagement für Interessenkonflikte zu betreiben, die bei der Entwicklung von Finanzinstrumenten bestehen. Sie müssen ferner die Kostentransparenz verbessern und den Produktvertrieb überwachen. Unter bestimmten Umständen können Aufsichtsbehörden Vertrieb und Verkauf von Finanzinstrumenten untersagen oder beschränken (Produktintervention). Schließlich sind Wertpapierdienstleister verpflichtet, jegliche Art der elektronischen Kommunikation aufzuzeichnen, die sich auf Annahme, Übermittlung und Ausführung von Kundenaufträgen bezieht.

Wesentliche Inhalte 2. FiMaNoG

Das Zweite Finanzmarktnovellierungsgesetz ist ein Artikelgesetz und ändert zahlreiche Gesetze. Ein Großteil der Änderungen betrifft das WpHG, das neu strukturiert wird und auch eine neue Nummerierung der Paragraphen erhält.

Zur Verbesserung des Anlegerschutzes werden die Wohlverhaltens- und Organisationspflichten geändert. Sie werden von Abschnitt 6 in Abschnitt 11 des WpHG (§§ 63 ff.) verschoben.

In den Allgemeinen Verhaltensregeln gemäß § 63 WpHG werden Wertpapierdienstleister verpflichtet, Wertpapierdienstleistungen und Wertpapiernebenleistungen ehrlich, redlich und professionell im bestmöglichen Interesse ihrer Kunden zu erbringen.

In § 80 WpHG werden Wertpapierdienstleister verpflichtet, auf Dauer wirksame Vorkehrungen für angemessene



Von Rechtsanwalt Hans-Ludger Sandkühler

Hans-Ludger Sandkühler ist Rechtsanwalt und mit der Kanzlei Sandkühler & Schirmer insbesondere auf Versicherungs- und Versicherungsvertriebsrecht spezialisiert. Er ist ausgewiesener Experte in Maklerfragen, gefragter Referent und Autor zahlreicher Veröffentlichungen. Außerdem ist Hans-Ludger Sandkühler Mitinitiator des Arbeitskreises „Beratungsprozesse“ sowie Geschäftsführer des Instituts für Verbraucherfinanzen.

Maßnahmen zu treffen, um Interessenkonflikte bei der Erbringung von Wertpapierdienstleistungen zu erkennen und zu vermeiden oder zu regeln; dies umfasst insbesondere auch solche Interessenkonflikte, die durch die Annahme von Zuwendungen oder durch Vergütungs- oder Anreizstrukturen verursacht werden. Soweit die Vorkehrungen nicht ausreichen, etwaige Interessenkonflikte zu vermeiden, sind Wertpapierdienstleister verpflichtet, einem Kunden die allgemeine Art und Herkunft der Interessenkonflikte eindeutig darzulegen, bevor sie Geschäfte für ihn durchführen (§ 63 Abs. 2 WpHG). Wertpapierdienstleister müssen zudem sicherstellen, dass die Leistung ihrer Mitarbeiter nicht in einer Weise vergütet oder bewertet wird, die mit ihrer Pflicht, im bestmöglichen Interesse der Kunden zu handeln, kollidiert (§ 63 Abs. 3 WpHG). Im Übrigen müssen Wertpapierdienstleister ihren Kunden rechtzeitig und in verständlicher Form angemessene Informationen über das Wertpapierdienstleistungsunternehmen und seine Dienstleistungen, über die Finanzinstrumente und die vorgeschlagenen Anlagestrategien, über Ausführungsplätze und alle Kosten und Nebenkosten zur Verfügung stellen (§ 63 Abs. 7 WpHG).

Bei der Erbringung von Wertpapierdienstleistungen hat ein Wertpapierdienstleistungsunternehmen von den Kunden Informationen einzuholen über Kenntnisse und Erfahrungen der Kunden in Bezug auf Geschäfte mit bestimmten Arten von Finanzinstrumenten oder Wertpapierdienstleistungen, soweit diese Informationen erforderlich sind, um die Angemessenheit der Finanzinstrumente oder Wertpapierdienstleistungen für die Kunden beurteilen zu können (§ 63 Abs. 10 WpHG – Angemessenheitsprüfung).

Besondere Bestimmungen für die Anlageberatung

Für die Anlageberatung gelten gemäß § 64 WpHG besondere Bestimmungen. Hier muss das Wertpapierdienstleistungsunternehmen von einem Kunden alle Informationen über Kenntnisse und Erfahrungen des Kunden in Bezug auf Geschäfte mit bestimmten Arten von Finanzinstrumenten oder Wertpapierdienstleistungen, über die finanziellen Verhältnisse des

Kunden (einschließlich seiner Fähigkeit, Verluste zu tragen) und über seine Anlageziele (einschließlich seiner Risikotoleranz) einholen, die erforderlich sind, um dem Kunden ein Finanzinstrument oder eine Wertpapierdienstleistung empfehlen zu können, das oder die für ihn geeignet ist und insbesondere seiner Risikotoleranz und seiner Fähigkeit, Verluste zu tragen, entspricht (§ 64 Abs. 3 WpHG – Geeignetheitsprüfung). Dies entspricht im Wesentlichen der bisherigen Rechtslage. Neu ist, dass Wertpapierdienstleister rechtzeitig vor der Beratung darüber informieren müssen, ob die Anlageberatung unabhängig erbracht wird oder nicht und ob sich die Anlageberatung auf eine umfangreiche oder eine eher beschränkte Analyse verschiedener Arten von Finanzinstrumenten stützt (§ 64 Abs. 1 WpHG). Im Falle der unabhängigen Beratung darf die Vergütung allein durch den Kunden erfolgen; außerdem muss eine ausreichende Palette von am Markt angebotenen Finanzinstrumenten berücksichtigt werden (§ 64 Abs. 5 WpHG). Im Übrigen wird bei der Anlageberatung das bisher erforderliche Beratungsprotokoll durch eine sogenannte Geeignetheitserklärung ersetzt. Sie muss die erbrachte Beratung nennen sowie erläutern, wie sie auf die Präferenzen, Anlageziele und die sonstigen Merkmale des Kunden abgestimmt wurde. Näheres regelt Art. 54 Abs. 12 der Delegierten Verordnung (EU) 2017/565.

Bei der Produktentwicklung müssen Wertpapierdienstleister einen Zielmarkt bestimmen (§ 80 Abs. 9 WpHG) und sicherstellen, dass die Finanzinstrumente und die Vertriebsstrategie den Bedürfnissen des Zielmarktes entsprechen (§ 63 Abs. 4 WpHG).

Im Übrigen müssen Wertpapierdienstleister nachweisen können, dass jegliche von ihnen erhaltenen oder gewährten Zuwendungen dazu bestimmt sind, die Qualität der jeweiligen Dienstleistung für den Kunden zu verbessern (§ 70 Abs. 1 WpHG).

Die Aufzeichnungspflicht elektronischer Kommunikation wird in § 83 Abs. 4 bis 7 WpHG umgesetzt.

So weit die wichtigsten Änderungen im WpHG. Für Finanzanlagenvermittler gelten die neuen Vorschriften des WpHG nicht unmittelbar. Es wird jedoch damit gerechnet, dass im Herbst eine überarbeitete Finanzanlagenvermittlungsverordnung (FinVermV) erlassen wird, in der die Neuerungen des 2. FiMaNoG eins zu eins abgebildet werden, soweit sie für die Finanzanlagenvermittlung relevant sind. ■

Neu ist, dass Wertpapierdienstleister rechtzeitig vor der Beratung darüber informieren müssen, ob die Anlageberatung unabhängig erbracht wird oder nicht [...].

Wie gelingt es mir, eine Zielgruppe wirklich zu erobern?

Diese Frage ist höchst bedeutsam, denn genau darum geht es. Wirklich erstklassige Makler wie Sie lassen nicht nach, wenn sie zwei oder drei Kundenverbindungen aus einer bestimmten Personengruppe gewonnen haben. Im Gegenteil: Jetzt geht es erst richtig los! Sie haben die Aufgabe, unangefochtener „Besitzer“ Ihrer Zielgruppe zu werden. Dann – erst dann – trägt Ihre Zielgruppenstrategie fast von selbst Früchte. Wenn Ihre „angepeilten“ Zielpersonen in Ihrem Marktgebiet mit dem Thema Finanzen und Versicherungen in Berührung kommen, müssen sie automatisch, reflexartig an SIE denken.

Mit dem gleichen Anspruch ging mein Unternehmen Anfang der 90er-Jahre auch die Konzentration auf die Assekuranz und Finanzdienstleistung an. Wenn es um Ihre unternehmerische Weiterentwicklung, um systematischen, erfolgreichen Vertrieb, um Selbstmanagement und Mitarbeiterführung, schlichtweg um Ihre Unternehmensführung als Makler geht, sollen Sie an das Institut Ritter denken. Tun Sie das bereits? Wenn nicht – wir arbeiten weiter daran. Verfolgen Sie unsere Arbeit bitte auch künftig; danke bereits im Voraus.

Seien Sie erkennbar für Ihre Zielgruppe

Agieren Sie offensiv und für Dritte erkennbar. Bekennen Sie sich zu Ihrer Zielgruppe, statt unerkannter Problemlöser zu sein. Stimmen Sie Ihr Marketing darauf ab, dass die richtigen Menschen von Ihnen angesprochen werden. Es geht darum, dass sofort und ohne Umwege erkennbar ist, für wen Sie exklusive Leistungen in hoher Qualität bieten. Nur dann heben Sie sich ab. Engagieren Sie sich werblich und grundsätzlich an den Orten (Medien, Messen, Vereine etc.), die für Ihre Zielgruppe bedeutsam sind. Seien Sie dort, wo Ihre Zielgruppe ist. Grundsatz in der Strategie der Fokussierung ist: lieber weniger Personen erreichen, dafür aber die Richtigen.

Bringen Sie Ihrer Zielgruppe Nutzen

Sie kennen Ihre Zielgruppe, das ist natürlich Voraussetzung. Welchen Nutzen erbringen Sie über das normale Tagesgeschäft hinaus? Unterstützen Sie zum Beispiel den Erfahrungsaustausch

Ihrer Zielgruppe, indem Sie hierfür eine Plattform initiieren? Vielleicht stellen Sie online Checklisten kostenfrei parat, die wirklich wertvoll und exakt auf entscheidende Probleme Ihrer Zielgruppe zugeschnitten sind und Sie als „Kenner der Szene“ outen. Führen Sie einen Online-Blog, der Ihre Zielgruppe auf Sie aufmerksam macht und wirklich Infos gibt. Verwechseln Sie dieses „Auf-sich-aufmerksam-Machen“ nicht mit Werbung. Ihre Zielgruppe möchte nicht Ihre Werbeorgien lesen. Sie möchte nicht 3.000 Mal lesen, wie gut und wie einzigartig Sie sind. Sie möchte vielmehr Impulse, die für die eigene Arbeit wirklich wertvoll sind. Und wenn Sie richtig mutig und auch etwas zu investieren bereit sind: Geben Sie eine Zeitschrift heraus, nur für Ihre Zielgruppe ... Und ganz wichtig: Hören Sie nie auf, Ihr Nutzenangebot weiterzuentwickeln.

Seien Sie Vordenker

Je mehr Sie sich für Ihre Zielgruppe engagieren, umso mehr stecken Sie auch inhaltlich drin. Sie sehen Tendenzen, Sie können vergleichen. Sie beobachten den Markt, Sie ziehen Schlüsse. Bei jedem Ihrer Beratungstermine lernen Sie durch einfaches Beobachten hinzu – ein unschätzbare Wert. Veröffentlichen Sie doch in verallgemeinerter Form, was Sie beobachten. Wenn Sie nicht gern schreiben, suchen Sie sich einen (meist preiswerten) Lektor oder Ghostwriter. Es muss ja kein Buch sein, es kann auch ein 8-Seiten-PDF-Dokument „Aktuelle Impulse für ...“ sein. Mit den richtigen Suchbegriffen mehrfach gespickt, wird Google es finden.

Natürlich geht das Ganze bereits ziemlich weit. Denken Sie nach und fangen Sie mit einer ersten Idee an. Häufig ergeben sich schnell weitere gute Ideen. Ganz wichtig ist ein langer Atem, Zielgruppenarbeit ist kein 100-Meter-Lauf. Die Glücksgefühle nach Marathonläufen sollen ohnehin stärker sein. Hab ich mir sagen lassen ... ■



Von Steffen Ritter

Steffen Ritter ist Geschäftsführer des IVV Institut für Versicherungsvertrieb, des Institut Ritter und Mitinitiator des Jungmakler Awards. In AssCompact behandelt er in Folge Themen, die – nicht nur, aber insbesondere – für junge Makler und Maklerinnen wichtig sind.

Alle Infos zum Jungmakler Club unter:
www.jungmakler.de/club

LASSEN SIE IHRE VORSORGE STÄRKER WACHSEN.

NEU: Zurich kombiniert für Sie die Vorteile von kostengünstigen Fonds, ETFs und professionellem Anlage-Management ohne Aufpreis: beste Voraussetzungen für starkes Wachstum in Ihrer Vorsorge.

Weitere Informationen unter: zurich-leben.de

Ziel



ZURICH VERSICHERUNG.
FÜR ALLE, DIE WIRKLICH LIEBEN.



ZURICH®

Wie ermittelt man eigentlich den Wert eines Maklerunternehmens?

In der Branche kursieren die wildesten Ideen und Verfahren, wie man den Wert für einen Maklerbestand ermittelt und worauf es bei der Wertermittlung tatsächlich ankommt. Andreas Grimm stellt in der Serie zum Bestandsmarktplatz diesmal einige Wertermittlungsverfahren vor.

Eine wichtige Erkenntnis vorweg: Der Wert eines Maklerunternehmens ist etwas anderes als der Preis desselben. Und der Wert eines Bestands ist etwas anderes als der Wert eines Unternehmens. Weil wir es alle gerne einfach haben wollen, sprechen wir oft von einem Bestandsverkauf, auch dann, wenn wir Unternehmensverkauf meinen. Und wer in einem solchen Fall ein Bestandsbewertungsverfahren anwendet, der rechnet Nonsens. Übrigens wird das Bewertungsverfahren nicht „richtiger“, nur weil der Bestandsverkauf Teil eines Unternehmensverkaufs ist, und das Unternehmen als Einzelunternehmen oder als Personengesellschaft geführt wird.

Wer den Wert eines Maklerunternehmens ermittelt, sollte vor der Auswahl des Bewertungsverfahrens den Bewertungsanlass und das Bewertungsziel definieren. Davon hängt die Auswahl des Bewertungsverfahrens ab.

Einzelbewertungsverfahren

In der Literatur findet man einmal die Gruppe der Einzelbewertungsverfahren, zu denen auch das Substanzwertverfahren und das Liquidationsverfahren zählen. Während das Substanzwertverfahren bei Maklerunternehmen keinen wirklichen Sinn ergibt, ist das Liquidationsverfahren zumindest im Falle der Auflösung eines Maklerunternehmens anwendbar, zum Beispiel wenn zuvor der Maklerbestand aus einer GmbH herausgelöst und veräußert wurde und nur noch die Unternehmenshülle beim Inhaber zurückgeblieben ist. In manchen Fällen wird das Verfahren auch zur Ermittlung einer Preisuntergrenze für einen Unternehmensverkauf herangezogen. Bei einem Verkaufspreis unter dem Liquidationswert wäre es für den Inhaber wirtschaftlicher, das Unternehmen aufzulösen, als es zu verkaufen.



Von Andreas Grimm

Der Bestandsmarktplatz ist eine gemeinsame Initiative von AssCompact und dem Resultate Institut. In einer Artikelserie beleuchtet Resultate-Gründer Andreas Grimm verschiedene Aspekte zur Nachfolgeplanung

Ertragswert- und Discounted-Cashflow-Verfahren

Soll das Unternehmen übertragen werden, greifen Fachleute üblicherweise auf die aus der Investitionstheorie abgeleiteten Ertragswert- und Discounted-Cashflow-Verfahren (DCF-Verfahren) zurück. Laien greifen dagegen gerne zu den Vergleichswertverfahren, zu denen auch die Multiplikatoren-Modelle zählen, wenn also beispielsweise die Bestandscourtage mit einem Faktor multipliziert wird und daraus der angebliche Wert abgeleitet wird. Dass diese Verfahren meist etwas anderes berechnen als den Unternehmenswert und hinter den Berechnungsverfahren viele Annahmen stecken, die auf den konkreten Einzelfall gar nicht passen, ist den bewertungsunerfahrenen Anwendern dabei meist nicht klar. Das wird auch dann nicht besser, wenn der Bewerter einen Hokusfokus mit mehreren hundert Fragen zum Bestand drum herum packt und große Kompetenz vorgaukelt.

Eine Sonderform stellt das sogenannte Stuttgarter Verfahren dar, das eigentlich als Schätzungsverfahren zur Ermittlung der Erbschaft- und Schenkungsteuer entwickelt wurde. Die Bewertung entspricht eigentlich nie dem tatsächlichen Verkehrswert eines Unternehmens und findet sich heute eigentlich nur noch in alten Satzungen von Maklergesellschaften zur Abfindung von Mitgesellchaftern.

Heute unter Steuerberatern verbreitet ist das vereinfachte Ertragswertverfahren gemäß Bewertungsgesetz. Nur weil dieses Verfahren sich ebenfalls „Ertragswertverfahren“ nennt und in einem Gesetz verankert ist, berechnet es noch lange keinen Ertragswert. Dieses aus steuerlichen Gesichtspunkten entwickelte Verfahren verzichtet komplett auf eine

Prognoserechnung und nutzt nur die gewichteten Vergangenheitsergebnisse. Da ein Käufer jedoch die Zukunft und nicht die Vergangenheit eines Unternehmens „kauft“, ist das Verfahren für den Zweck der Übertragung ungeeignet.

Angewendetes Verfahren muss geeignet sein

Die Anwendung eines nicht geeigneten Bewertungsverfahrens ist ein wenig so, als würde man die Kennzahlen einer Fabrikhalle in das Bewertungsverfahren für ein Einfamilienhaus pressen. Man kann damit zwar rechnen und bekommt sogar Ergebnisse – die sind aber eher „für die Tonne“.

Der Anlass für die Bewertung eines Maklerunternehmens ist meist dessen Veräußerung oder die Tatsache, dass sich Gesellschafter oder Erben über den Wert einigen müssen. Am emotionalsten sind die Fälle, in denen die Ehe des Maklers nicht den geplanten Verlauf genommen hat und der Zugewinn ausgeglichen werden muss.

Für diese Fälle ist das Ertragswertverfahren bzw. das DCF-Verfahren (Nettoverfahren) das geeignete Verfahren. Sie blicken nicht in die Vergangenheit, sondern stellen sich die Frage nach den zukünftig erzielbaren Zahlungsströmen – so wie der Käufer eines Unternehmens bei seiner Kauf- oder Investitionsentscheidung.

Über diese Verfahren hat übrigens auch schon der Bundesgerichtshof 2011 (Az.: XII ZR 185/08) eindeutig entschieden. Weder ein Verfahren auf Basis von Umsatzmultiplikatoren noch sonst eine Alternative wurde akzeptiert.

Prognoserechnung ist erforderlich

Zur Ermittlung des Ertragswerts ist allerdings eine Prognoserechnung erforderlich, auf deren Basis die zukünftigen Zahlungsströme nach Steuern ermittelt werden können. Diese Prognosewerte werden anschließend auf den Bewertungsstichtag mit einem oder mehreren Abzinsungsfaktoren abgezinst und dann addiert.

Damit der Abzinsungsfaktor ermittelt werden kann, ist ein wenig Aufwand zu

treiben: Der Basiszinssatz gemäß IDW (Institut der Wirtschaftsprüfer) wird um den Steuereffekt korrigiert. Dem so ermittelten Basiszinssatz nach Steuern wird dann die Marktrisikoprämie hinzugerechnet und die Abzinsungsfaktoren der einzelnen Kalenderjahre werden gegebenenfalls um Wachstumsabschläge oder Ähnliches korrigiert. Das Ergebnis wird Kapitalisierungszins genannt.

Damit ist der allgemeine Abzinsungsfaktor für ein Maklerunternehmen ermittelt. Der muss jedoch um die besonderen Spezifika des einzelnen Unternehmens oder einer passenden Vergleichsgruppe (der sogenannten Peergroup) angepasst werden. Dazu bedarf es der Multiplikation des Kapitalisierungszinses mit dem sogenannten Beta-Faktor. Vereinfacht ausgedrückt fließen in diesen beispielsweise die individuelle Analyse des Unternehmens und dessen Geschäftsmodell ein, also Größen wie die Qualität der Kundenstruktur und die Kundenloyalität sowie das Produkt- und Beratungsportfolio oder das individuelle Risikoprofil des Unternehmens oder der Vergleichsgruppe.

Das Produkt aus Beta-Faktor und Kapitalisierungszins wird systemisches Risiko genannt und stellt den eigentlichen Abzinsungsfaktor bei der Bewertung des Unternehmens dar.

Unbestritten ist das Ertragswertverfahren oder das DCF-Verfahren nichts für Anfänger. Aber nur weil andere Verfahren einfacher erscheinen mögen, bleibt eine einfache, hübsch verzierte unsinnige Rechnung im Kern immer noch eine unsinnige Rechnung.

Will ein Makler anstatt seines Unternehmens den Bestand verkaufen, besteht letztlich auch der Wert des Bestands in dessen Ertragswert. Es gehen also die prognostizierten Courtageerlöse ebenso ein wie die direkten Kosten der Bestandsverwaltung. Anstatt einen unternehmensspezifischen Beta-Faktor einzurechnen, werden jedoch andere Faktoren wie der „tax amortization benefit“ berücksichtigt – also der Steuervorteil, der sich durch die steuerliche Abschreibungsmöglichkeit bei einem Bestandskäufer ergibt. Die hat ein GmbH-Käufer beispielsweise nicht.

Fazit

Ob der Unternehmens- oder der Bestandsverkauf oder gar die Auflösung des Unternehmens die bessere Alternative darstellt, ist letztlich erst nach Abschluss der Analyse und Vergleich der Ergebnisse zuverlässig zu sagen. Es bleibt die Erkenntnis: So verlockend es sein mag, aus Zeit- und Kostengründen ein schnelles und vereinfachendes Bewertungsverfahren zu verwenden – es führt meist zu einer erheblichen Falschbewertung, also zu Fehlern von mehreren 10.000 oder 100.000 Euro. Eine Bewertung im Ertragswertverfahren vom Profi kostet meist nicht viel mehr als 1.500 Euro. Der Nutzen ist dagegen meist unbezahlbar. ■

» www.bestandsmarktplatz.de



Wohin geht der Markt der Maklerverwaltungsprogramme?

Mit dem Kauf von LUTRONIK durch assfinet ist der Markt der Maklerverwaltungsprogramme (MVP) in Bewegung gekommen. Aber die wahren Marktverschiebungen kommen noch auf die Makler zu, meinen Branchenkenner Sarah Hesse und Henning Plagemann. Ein Kommentar zu den Entwicklungen, die Makler bei ihren Plänen berücksichtigen sollten.

Die ganze Versicherungsbranche digitalisiert sich, als gäbe es das Internet erst seit gestern. Die erste Generation von InsurTechs hat ordentlich auf den Putz gehauen: Beratung statt Vertrieb, Online-Zugriff auf alle Verträge in Echtzeit, Maßprodukte statt Produktdschungel. Mit Apps und Co. besetzen sie die neuen Kanäle und Mechanismen im Kundenkontakt, die ein Großteil der Einzelmakler nicht mehr verstehen oder für sich nutzen kann. InsurTechs haben die Hoheit über die neue Kundengeneration als erobert erklärt.

Aber zum schwachen Neugeschäft kam später auch noch die Bestandsarbeit hinzu und die Erfolgsmeldungen wurden etwas weniger. Einige InsurTechs setzten verstärkt auf den „digitalen Versicherungsordner“ und fordern mit Blick auf die Bankenwelt auch eine PSD2-Richtlinie für sich, um den Zugriff auf Vertrags- und Kundendaten von der Vermittlereigenschaft und den Pflichten der Bestandsführung zu trennen. Das alleine wird aber deren Herausforderung in der Bestandsarbeit keinesfalls lösen (PSD2 regelt den Zugang zu Bankkonten für berechnigte Dritte).

Als unbestrittenen Erfolg können die InsurTechs für sich verbuchen, die etablierte Versicherungswelt sensibilisiert zu haben. Aus dem nebulösen Begriff „Digitalisierung“ wurden plötzlich sehr konkrete Ideen und Leistungsangebote. Die nächste Generation digitaler Dienstleister steht schon in den Startlöchern. 2018 gehen sieben neue Versicherer an den Start, die komplett auf digitalen Geschäftsprozessen basieren. Gründer und Investoren sind InsurTechs, Versicherungskonzerne oder schillernde Entrepreneur.

Derweil arbeiten die Versicherer der alten Schule mit Hochdruck an der Erneuerung ihrer alten EDV-Anlagen und Systeme. Den Markt der Maklerverwaltungsprogramme haben die lange vorhergesagten Bereinigungsprozesse voll im Griff. Bei den Branchenführern der MVP-Hersteller kaufte assfinet

jetzt LUTRONIK und beendete damit das zweijährige Gerangel um die Unternehmensfortführung. Damit sind im MVP-Markt jetzt vier schwergewichtige Akteure auszumachen.

Der MVP-Markt bisher ...

Im Rahmen des dvb-Makler-Audits der deutschen-versicherungsboerse.de werden jährlich die Marktanteile der MVPs und die Zufriedenheit ihrer Nutzer abgefragt. Die dvb fragt unter anderem immer die sogenannten „Karteikarten- und Excel-Makler“ ab, die ohne MVP oder mit selbst gebastelten Lösungen arbeiten. Deren Anteil ist in den letzten drei Jahren rapide gesunken, nachdem diese Anwendergruppe jahrelang eine stabile Größe war. Dies lässt sich als Zeichen einer zunehmenden technischen Professionalisierung in der Breite des Maklermarktes deuten.

Dabei stellt sich die Frage, ob Maklerbetriebe zunehmend in eine moderne technische Infrastruktur investieren oder ob Einzelvermittler den Geschäftsbetrieb aufgeben bzw. sich einem Pool anschließen und dessen Verwaltungsprogramme nutzen. Es ist davon auszugehen, dass der Markt der potenziellen eigenständigen Käufer und Nutzer eines MVPs zunehmend kleiner wird, wenn man sich die Entwicklung der aktuellen Vermittlerzahlen ansieht. Im aktuell

laufenden dvb-Makleraudit „Beste technische Unterstützung für Versicherungsmakler 2017“ werden die Makler nach dem eingesetzten MVP-System befragt – es stehen insgesamt 60 verschiedene Systeme zur Auswahl. Auch wenn sich in der Liste einige Exoten und Nischenanbieter befinden, sind das sehr viele Anbieter für den kontinuierlich schrumpfenden Vermittlermarkt. Wahrscheinlich zu viele.

Mit der Übernahme des Maklerverwaltungsprogramms VIAS von LUTRONIK durch Assinet wurde deutlich, dass dieser Markt erheblich unter Druck geraten ist. Die Veränderungen im MVP-Markt überraschen nicht, aber auch hier ist die Geschwindigkeit beeindruckend. Heute nutzen rund 29% der Makler Systeme von Assinet. Zusammen mit dem 25%-igen Marktanteil von VIAS hat man damit einen Marktanteil von über 50%. In einem Markt, der einen entscheidenden Einfluss auf die Konkurrenzfähigkeit der klassischen Vermittler gegenüber den „digitalen Angreifern“ aus der InsurTech-Szene haben wird, lohnt sich bei einer solchen Marktkonzentration ein Blick auf die weitere Entwicklung.

... und die bevorstehende Konsolidierung

Unternehmen müssen ständig ihre Effizienz verbessern. Jeder Makler kann sofort auf Ineffizienzen in seinem täglichen Arbeitsalltag hinweisen, nämlich die Verwaltungsprozesse, den Papierkram. Niedrigere Betriebskosten lassen sich nur durch Optimierung von Prozessen erreichen, und Prozessoptimierung bedeutet Automatisierung.

Ständig wiederkehrende Arbeitsschritte manuell zu erledigen, ist nicht nur langweilig, sondern auch teuer. Statt Papierpost, Scanner und Kundenzuordnung per Suchen und Klicken, wünscht sich jeder Anwender etwas mehr „Intelligenz“ von der Anwendung. Die Voraussetzung einer solchen prozessualen Verbesserung ist seitens der Produktpartner eine Umsetzung einheitlicher Schnittstellen. Ein Wunschbild, das mit der Verbreitung der BiPRO-Normen zunehmend Realität wird. Schnittstellen funktionieren aber nur dann, wenn beide Seiten die Anforderungen erfüllen. Die Nutzung eines

professionellen MVPs wird damit im Maklerbüro zur Pflicht. Selbst wenn sich ein Maklerbüro bereits auf eine Nachfolge oder einen Bestandsverkauf vorbereitet, ist das kein Grund zur Entwarnung. Ein professionell verwalteter Bestand ist mittlerweile Grundvoraussetzung für eine finanziell auskömmliche Nachfolgeregelung. Die Umsetzung von BiPRO-Normen erfordert von allen Beteiligten eine Investition. Gerade für die MVP-Hersteller kann dies zukünftig zum Problem werden. Eine Vorfinanzierung durch die Nutzer ist so gut wie unmöglich und auch eine laufende Zusatzgebühr für die Freischaltung von BiPRO-Schnittstellen lässt sich oft nicht durchsetzen.

Für Versicherer ist es ebenso wenig attraktiv, für die Schnittstelleneinbindung in einer Software zu bezahlen, die nur einen kleinen Nutzerkreis hat. Erschwerend kommt hinzu, dass viele MVP-Systeme technisch völlig veraltet sind. Man hat sich in der Vergangenheit auf neue Fachfunktionen konzentriert und die zugrunde liegende Technologie vernachlässigt.

Bei diesen Voraussetzungen kommen neben den direkten Investitionen für die Einbindung der BiPRO-Schnittstellen noch die Kosten für eine grundlegende Überarbeitung der Software hinzu. Das ist vergleichbar mit einem Designwechsel beim Pkw-Hersteller. Wenn unter der Motorhaube jedoch ein Zweitakter knattert, dann sehen die neuen Portal-funktionen von außen gut aus, werden aber niemals so problemlos in die Prozesse integrierbar und für den Kunden online verfügbar sein wie bei einem InsurTech.

Das ist vergleichbar mit einem Designwechsel beim Pkw-Hersteller. Wenn unter der Motorhaube ein Zweitakter knattert, dann sehen die neuen Portal-funktionen von außen gut aus, werden aber niemals so problemlos in die Prozesse integrierbar sein.

In Zeiten von digitalen Angriffen kommen massive Sicherheitsbedenken bei einer selbst administrierten Infrastruktur erschwerend hinzu.

Wer ist Gewinner der digitalen Selektion?

Die Produktgeber sind seit Jahren dabei, Prozesse zu industrialisieren, und versuchen dabei die Vermittler mitzunehmen, indem unter anderem mit den BiPRO-Normen Arbeitsprozesse im Maklerbüro verschlankt werden können. Diese Prozessautomatisierung steckt aufseiten der Makler noch in den Kinderschuhen, aber der Entwicklungstrend ist eindeutig.

Die Automatisierung von bisher manuell durchgeführten Tätigkeiten haben insbesondere die großen Vertriebe und vor allem die Pools vorangetrieben. Im Massengeschäft der Privatkundensparten und insbesondere dem jährlichen Kfz-Wechselgeschäft mussten ganze Lkw-Ladungen von Papier bewältigt werden. Wenn Prozesse von Hand zu erledigen waren, hat Unternehmenswachstum automatisch mehr Mitarbeiterkapazitäten gebunden und höhere Kosten verursacht.

Die Digitalisierung hat schon lange Einzug gehalten, bevor der Begriff zum Modewort wurde. Würden Versicherer früher ►

nach der Höhe der Provision ausgewählt, schlägt jetzt die Stunde der prozessorientierten Verwaltungsleute. Wenn ein Versicherer als Produktpartner durchgehend digitale Services anbieten kann, ergeben diese einen höheren Automatisierungsgrad und somit deutlich höhere Erträge durch Kosteneinsparungen. Seitdem gilt zunehmend der Spruch: „Prozess schlägt Provision“, und Vermittler wählen ihre Partner nach dem Ertrag statt der Provisionshöhe aus.

Dabei sind die großen Player im Vermittlermarkt die Vorreiter: Es macht eben einen Unterschied, ob 20 oder 20.000 Dokumente pro Tag eingehen und zu verarbeiten sind. Zudem stand mit skalierbaren Prozessen der Wachstumspfad offen, denn der digitale Prozess kann ohne Probleme und Mehraufwand auch 200.000 Dokumente verarbeiten.

Während die „klassischen“ MVP-Systeme an Betriebssystem, Datenformate und proprietäre Schnittstellen gebunden sind, haben die jüngeren Anbieter auf moderne Internettechnologie

Es gilt zunehmend der Spruch: „Prozess schlägt Provision“, und Vermittler wählen ihre Partner nach dem Ertrag statt der Provisionshöhe aus.

gesetzt. Im Rahmen der Weiterentwicklung der Software kann man flexibel entscheiden, ob man Module selbst entwickelt (und event-

tuell auch anderen Marktteilnehmern zur Verfügung stellt) oder bestehende Module am Markt zukauf. Damit können auch Vergleichsprozesse einfach integriert, ohne Mehrfachaufwand Kunden- und Vertragsdaten an den Vergleichsprozess übergeben und Berechnungsergebnisse und Anträge beratungskonform historisiert werden.

Die Akteure der Spitzenliga

Weil das den Vertriebsalltag erleichtert, haben alle großen Anbieter Vergleichsunternehmen zugekauft oder eigene Vergleiche entwickelt. Statt eines MVP-Systems entwickeln sich daraus Prozessplattformen, die zur Abwicklung der Geschäfte zwischen Versicherungsmaklern und Versicherern genutzt werden. Ein einzelnes Maklerunternehmen mit individuellem MVP-System wird das nur mit erheblichen IT-Investitionen erreichen können.

assfinet (Acturis-Gruppe)

assfinet ist Hersteller des MVP-Systems ams, später kam mit Übernahme des Herstellers Buchholz das System Info-Agent hinzu. Durch Fokussierung auf eine professionelle Softwareentwicklung konnte man die MVP-Eigenentwicklung von Martens & Prahl übernehmen, denen der Entwicklungsaufwand zu hoch wurde. Mit LUTRONIK und deren Programm VIAS verfügt man aktuell über einen Marktanteil von rund 50%. An die eigene Abwicklungsplattform con:center sind derzeit 33 Versicherer angeschlossen. Zur Vereinfachung der Maklerprozesse hat assfinet in die strategische Integration von Vergleichen investiert und mit NAFI einen Maklerliebling unter den Vergleichsanbietern gekauft.

blau direkt

Ursprünglich als „erster Internetpool“ angetreten, hat der Lübecker Maklerpool blau direkt später seinen Slogan und das Geschäftsmodell geändert. Die konsequente Digitalisierung der Prozesse vom Dokumenteneingang bis hin zur Entwicklung eigener Vergleichsrechner ist aus den Anforderungen des eigenen Poolgeschäftes entstanden. Mit Gründung der IT-Tochter Dionera expandierte man nach Berlin, wo Entwickler deutlich leichter zu finden sind als an der Trave. Damit wurde die Grundlage zur Vermarktung von Softwareelementen an andere Marktteilnehmer als weiteres Geschäftsfeld erschlossen. Die Kunden- und Vertragsverwaltung „Ameise“ ist in dem dvb-Award 2016 von Maklern sehr positiv bewertet worden und dürfte der Ausgangspunkt für die weitere Marktbegehung sein. Mit der Übernahme der HT-Maklerservice GmbH wurde weiteres Fachwissen und vor allem IT-Ressourcen ins Haus geholt.

Fonds Finanz

Der Shootingstar Fonds Finanz aus München hat seit seiner Gründung konsequent auf eine serviceorientierte Systemumgebung zur digitalen Automatisierung gesetzt. BiPRO-Prozesse werden genutzt, wenn sie denn angeboten werden. Im Gegensatz zu anderen Poolunternehmen hat man nur das selbst entwickelt, was nicht schon am Markt erhältlich war. Für Vergleiche kooperierte man mit softfair in Hamburg und führte nebenbei das Alles-umsonst-Angebot für Makler ein. softfair wurde dadurch zum Marktführer, sodass der kürzlich erfolgte Kauf durch Fonds Finanz einen konsequenten strategischen Schritt bedeutet, auch wenn die Eigentümer das als private Kapitalanlage bezeichnen. Mit dem Vergleichsangebot sowie den Verwaltungskomponenten von softfair verfügt Fonds Finanz jetzt über alle erforderlichen Komponenten, um ein umfassendes und voll integratives Prozessportal für Makler bereitzustellen.

Hypoport

Im Vermittlermarkt ist der Anbieter Hypoport eher durch das Tochterunternehmen Dr. Klein aus Lübeck bekannt. Die Mutter Hypoport ist jedoch

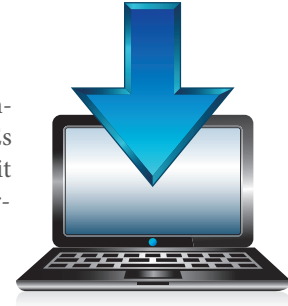
spezialisiert auf elektronische Finanzmarktplätze, also Softwareplattformen zur Abwicklung von Transaktionen auf dem Finanzmarkt. Mit dem Kauf des Herstellers NKK aus Regensburg, des Anbieters maklersoftware.com und des Vergleichers INNOSYSTEMS wurden die strategischen Grundlagen für ein verstärktes Engagement in der Versicherungsbranche geschaffen. Ende Juli wurde die Bereitstellung einer Plattform über die Tochtergesellschaft Smart InsurTech bekannt gegeben. Diese soll eine medienbruchfreie Zusammenarbeit zwischen Versicherer und Vermittler über die komplette Wertschöpfungskette ermöglichen. Über das erforderliche Potenzial zum Markteintritt in der obersten Liga verfügt die AG mit einem Konzernumsatz von über 150 Mio. Euro auf jeden Fall und man darf gespannt sein, was da noch kommt.

Viel Angebot, viel Aufwand

Versicherern kommt eine Marktkonzentration aus technischer Sicht gelegen – das reduziert die Anzahl und somit den Aufwand zur Umsetzung von Anbindungen. Aus vertriebsstrategischer Sicht erfolgt eine Priorisierung der MVP-Systeme und der darüber erreichbaren Makler. Kleinere MVP-Hersteller klagen schon darüber, wie schwer sich teilweise die Beschaffung von technischen Informationen gestaltet. Auch die Unterstützung der Makler bei Anwendungsproblemen ist für die MVP-Hersteller eine Herausforderung. Wenn der Fehlergrund in der BiPRO-Verbindung zu suchen ist, übernimmt der MVP-Hersteller Fehlersuche in fremden Gefilden, die zwar erwartet, aber nicht vergütet wird.

Betrachtet man die Ergebnisse des dvb-Makleraudits, scheinen viele Vermittler schon heute nur bedingt zufrieden mit der Unterstützung ihres MVPs zu sein. Bei einer Ausweitung der Funktionen, die eine grundlegende Änderung der Arbeitsprozesse im Maklerbüro voraussetzt, wird die Komplexität der Aufgabe nicht geringer werden. Für den Makler werden sich die Verwaltungstätigkeiten erst vereinfachen und Kosten reduzieren lassen, wenn technische Services flächendeckend verfügbar und im verwendeten MVP-System umgesetzt sind. Da das nicht von allen Herstellern ge-

währleistet werden kann, hat die Marktkonzentration auch einen positiven Aspekt: Es werden sich Hersteller durchsetzen, die mit ausgereiften Produkten auch kleineren Maklereinheiten den digitalen Anschluss bereitstellen können. Mit einem starken MVP, das Kundendaten online bereitstellt und Prozesse durchgängig macht, wird auch das Maklerbüro schnell zu einem „InsurTech im Kleinen“, mit dem Bonus des persönlichen und vertrauten Ansprechpartners.



Weitere Entwicklung

Selbst in Gesprächen mit großen Maklereinheiten erntet man ungläubiges Staunen, wenn man die Kosten einer flexiblen und individuellen Softwarelösung auf Basis moderner Technologie vorrechnet. In der Konsequenz arrangiert man sich weiter mit dem bisherigen Standard-MVP-System und hofft auf weitere Update-Versorgung. Die Kleinunternehmer und Einhandsegler unter den Maklern können keinerlei Individualität bezahlen. Sie müssen sich fertiger Software unterwerfen und hoffen, auf das richtige Pferd gesetzt zu haben. Das ist die potenzielle Kundschaft der neuen Plattformanbieter, aber es gibt noch Überzeugungsarbeit zu leisten. Makler sind es gewohnt, Hardware zu besitzen, Software zu installieren und die Datenbestände physikalisch auf eigenen Festplatten zu speichern. „Meine Daten sind mein Kapital“, schallt es einem regelmäßig entgegen, während auf dem Schreibtisch das neueste iPhone liegt. Diese Denkweise hat sich aus verschiedenen Gründen seit breitbandiger Netzverfügbarkeit überholt.

Die hohen Anforderungen an Datenschutz und Datensicherheit seien nur am Rande erwähnt, das wahre Problem ist die Erreichbarkeit. Eine Plattform besteht aus verschiedenen technischen Serviceeinheiten – ist also im Wesentlichen das, was die großen Anbieter sich zusammengekauft haben: Vergleichsrechner, Abrechnungssysteme, Dokumentenverwaltung. Dem Anwender präsentiert sich eine mächtige Vielfalt an Funktionen unter einer Oberfläche. Diese nahtlose Integration mit hoher Benutzerfreundlichkeit ist nur in OnlinePlattformen realisierbar. Wenn Versicherungen den Dokumentenaustausch digitalisieren, profitiert eigentlich nur der Vermittler davon. Die Ersparnis an Portokosten rechtfertigt den Aufwand jedenfalls nicht. Also ist es Aufgabe der Vermittler, in eine vernünftige IT-Umgebung zu investieren, um die Dokumente automatisch weiterverarbeiten zu können.

Die Großen können das, die Kleinen klicken sich mühsam manuell durch. Der Makler kann sich jetzt einem Pool anschließen, der die entsprechenden Services anbietet, oder er kauft die technischen Dienstleistungen eines Portalanbieters ein. ■

Von Sarah Hesse, Beraterin bei der Brockhaus AG, und <<<<<<<<<<<<
Henning Plagemann, Berater bei Sopra Steria Consulting



Mit hochwertigen Inhalten Kunden überraschen

Versicherungen und Vermittler sind weit davon entfernt, das Potenzial von Social Media und Internet auszuschöpfen. Wer Aufmerksamkeit und Leads erzielen will, sollte sich ein paar Ratschläge zu Herzen nehmen.

Im Versicherungsvertrieb gelingt es zwar sehr häufig, in Social Media Aufmerksamkeit zu gewinnen, aber zumeist gelingt es nicht, potenzielle Kunden zu gewinnen. Versicherungen und Vermittler schöpfen das Potenzial nicht aus, online die eigene Marke attraktiv zu positionieren und neue Kunden zu gewinnen. Dabei ist die Wirkungsweise ganz einfach: Menschen suchen nach Antworten auf Probleme und Fragen im Internet. Versicherungen bieten Lösungen dafür mit einer klaren Ansprache, eindeutigem Nutzen und informativen Angeboten in einem markenbezogenen Rahmen.

Zwei Praxisbeispiele dazu: Das Allianz-Magazin 1890 bietet mit Content-Marketing interessante Storys mit Unterhaltungswert in diversen Medienformaten wie Text, Bildern und Videos. Die Inhalte können als Website, PDF oder mobil gelesen werden. Das Content-Marketing fördert die Markenidentität und unterstützt den Vertrieb durch Gesprächsanlässe. Ebenso nutzt die ARAG die Website „Auf ins Leben“ mit redaktionellen Beiträgen und Videos. Für den Erfolg

sind eine individuelle Strategie und eine hochwertige Content-Produktion wichtig.

Statt Produktwerbung nutzt Content-Marketing kundenrelevante Inhalte

Im Versicherungsbereich finden Kunden oftmals eher Produktwerbung als Problemlösungen. Doch Werbung hat an Wirkungserfolg verloren: Sie gewinnt kaum noch die Aufmerksamkeit des Kunden. Versicherungen müssen auf neue Qualitätskriterien im Content-Marketing setzen. Qualitativ hohe Inhalte wie Whitepaper erzeugen Relevanz bei Kunden. Versicherer gewinnen damit die Kundenaufmerksamkeit und Leads. Um Kunden online zu gewinnen, ist es wichtig, dass die Inhalte SEO-optimiert, also digital sichtbar sind. Versicherer müssen regelmäßig interessante Inhalte online anbieten, um Leads zu gewinnen. Das ist nicht einfach, deshalb ist eine Strategie hilfreich.

Ein Beispiel dafür ist der Versicherungsvermittler Kai Doerk, der online über www.architektenconsult.de mit Inbound-Marketing gezielt SEO-optimierte Ratgeber-Tipps für seine Zielkunden Architekten anbietet und damit eine Vielzahl an Leads gewinnt. Über den Vergleichsrechner können die Website-Besucher online Tarife berechnen und Angebote anfordern. Ein Großteil davon wird zum Kunden.

Die Inhalte müssen die Bedürfnisse der Zielkunden erfüllen. Zudem sollten Versicherer mit Influencer-Marketing die

Handlungsempfehlungen: Inbound-Marketing zur Leadgewinnung

- Content-Marketing benötigt einen relevanten Stellenwert in der Digital-Strategie, um wirksame Erfolge abteilungsübergreifend für Marketing, Vertrieb und Kommunikation zu generieren.
- Entwickeln Sie Customer Buyer Personas, um hochwertige zielkundenrelevante und markenorientierte Inhalte zu erstellen, um erfolgreich Leads zu gewinnen.
- Nutzen Sie Inbound-Marketing als wirksame Vertriebsstrategie, um qualifizierte Leads online zu gewinnen, und binden Sie alle relevanten Abteilungen ein.
- Setzen Sie Marketing-Automatisierungstools zur Leadgewinnung ein, um die Prozesse effizient produktiv zu steuern und Erfolge mit Kennzahlen zu messen.
- Nutzen Sie Empfehlungsmarketing online: Erweitern Sie Ihre Kontakte durch Empfehlungen von zufriedenen Kunden als Referenzen und Cases.
- Arbeiten Sie crossmediale Kampagnen mit Storytelling im Sales Funnel ein, um durch attraktive neue Inhalte beständig neue Leads zu gewinnen.
- Optimieren Sie Ihre Social-Selling-Strategie mit Inbound-Marketing, um über Social-Media-Netzwerke wie Facebook, Twitter und XING neue Kunden zu gewinnen und zu binden.

Reichweiten ihrer Maßnahmen optimieren und die Community ausbauen. Mit Content-Marketing kann man die Marke emotional bereichern, Kundennähe gewinnen und den Vertrieb „über Bande“ fördern, das heißt interaktive Dialoge online zur Vertriebsförderung nutzen. Die Kundenbeziehung soll vertrauensvoll und abschlussorientiert online gefördert werden.

Content-Marketing mit Mitmach-Aktionen in Social Media wie Facebook, Twitter und XING wirkt sich positiv im Versicherungsvertrieb aus. Strategisches Facebook-Marketing fördert den Umsatz durch Kontaktpunkte entlang der Verkaufsprozesse (AssCompact Ausgabe 07/2016). Wirksamer Content, der Interaktionen (Likes, Sharing, Kommentare)

erzielt, erfüllt die Nutzerbedürfnisse. Nutzer suchen bei Versicherungen in Social Media vor allem folgende Inhalte:

- Hilfe und Rat zur Selbstverwirklichung durch Tipps: Sparen, Anlage, Finanzierung
- Lernen durch Zugang zu aktuellen Neuigkeiten über Produkte und Entwicklungen
- Persönliche Antwort und Tempo bei Problemen und Beschwerden

Es ist eine Herausforderung, Content-Marketing in Versicherungen einzuführen. Oft kommen Inhalte aus dem Produktmarketing. Content-Marketing braucht jedoch eine kundenzentrierte Ausrichtung. Deshalb müssen die Inhalte überarbeitet werden. Zudem gibt es häufig Schwachstellen wie organisatorische Mängel und personelle Engpässe. Es ist wichtig für den erfolgreichen Einsatz, dass es einen Treiber für Content-Marketing gibt, der abteilungsübergreifend die Umsetzung begleitet. Oftmals sind Experten zur Beratung und externe Content-Agenturen hilfreich.

Mit Inbound-Marketing Leads online gewinnen

Inbound-Marketing gewinnt für den Versicherungsvertrieb immer stärker an Stellenwert, denn damit lassen sich Leads unabhängig von Google Adwords oder Lead-Verkäufern wie Immobilienscout24 gewinnen. Außerdem werden Tools zur Marketing-Automatisierung eingesetzt, um Effizienz und Produktivität zu erhöhen. Inbound-Marketing bietet Versicherungen viele Vorteile:

- Um hochwertige Inhalte zu erhalten, sind Kunden bereit, die eigenen Kontaktdaten einzutauschen. So erhält die Versicherung Leads.
- Qualifiziertes Inbound-Marketing stärkt die Kundenbindung und sorgt dafür, dass Kunden das Unternehmen weiterempfehlen.
- Langfristig ist Inbound-Marketing kostengünstiger als isolierte Einzelmaßnahmen mit Content-, Social-Media- und SEO-Marketing.
- Inbound-Marketing deckt jede Phase im Kundenkontakt ab: vom Erstkontakt über die Kaufentscheidung bis zur Empfehlung. ■

Von Dr. Claudia Hilker

Die Unternehmensberaterin für digitale Marketing-Kommunikation und Buchautorin Dr. Claudia Hilker wird als Referentin beim DKM-Kongress Vertrieb, der bereits zum sechsten Mal inhaltlich von der Buhr & Team Akademie für Führung und Vertrieb AG gestaltet wird, zu hören sein. Der Kongress findet am 26.10.2017 in Halle 3B Raum 8 statt.



AssCompact TRENDS III/2017: Solide Stimmung & Nachhaltigkeit im Fokus

Die Vertriebsstimmung der unabhängigen Vermittler bleibt laut AssCompact TRENDS III/2017 auf einem relativ stabilen Niveau. Meinungen rund um das Thema nachhaltige Versicherungs- und Finanzprodukte hat die Studie zudem in einer Sonderbefragung eingefangen. Und: Erstmals listet sie auch die Favoriten der unabhängigen Vermittler im Gewerbesegment auf.

Wie gewohnt gibt auch die aktuelle Studie AssCompact TRENDS III/2017 Auskunft über die aktuelle Vertriebsstimmung und Zufriedenheit der unabhängigen Vermittler. Demnach verzeichnet die Vertriebsstimmung in den vergangenen drei Monaten einen kleinen Rückgang, der jedoch auf keinem speziellen Ereignis beruht, sondern laut Aussagen der Makler und Mehrfachvertreter auf die übergreifenden regulatorischen Veränderungen und den einhergehenden hohen bürokratischen Aufwand zurückzuführen ist. Doch zunächst zum Sonderthema der Studie.

Nachhaltigkeit ist primär Langfristigkeit

Die Sonderbefragung der aktuellen TRENDS-Ausgabe hat sich diesmal mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ beschäftigt. Denn während sich Nachhaltigkeit in vielen Lebensbereichen und Branchen längst als eine richtungsgebende Handlungsnorm manifestiert hat, ist dieser Begriff in der Finanz- und Versicherungsbranche noch reichlich diffus. Deshalb wurden die an der Studie teilnehmenden unabhängigen Vermittler gefragt: Was verstehen Vermittler unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ im Finanz- und Versicherungsbereich? Wie wird die Entwicklung der Nachhaltigkeit in der Branche wahrgenommen? Haben sich die Vermittler bereits mit dem Thema auf der eigenen Unternehmensebene beschäftigt und wenn ja, in welchen Bereichen? Kam das Thema „Nachhaltigkeit“ ferner in Beratungsgesprächen auf und wurden vielleicht bereits nachhaltige

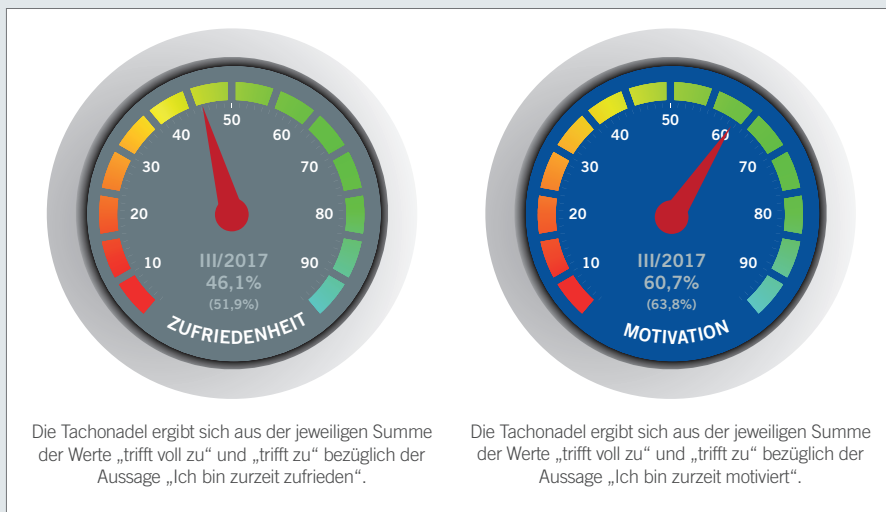
Dr. Christian Durchholz,
Leiter Studien der bbg
Betriebsberatungs GmbH

„Die Maklerschaft zeigt sich durchaus offen und interessiert an nachhaltigen Produkten im Finanz- und Versicherungsbereich. Derzeit ist das Angebot nachhaltiger Produkte noch überschaubar und viele Makler beschäftigen sich noch nicht mit diesem Thema. Eine Kombination aus Aufklärung und größerer Produktvielfalt würde den Produktabsatz deutlich ankurbeln. Zudem ist der Makler als Dienstleister per se auf langfristige und somit nachhaltige Geschäftsbeziehungen ausgerichtet und kann das Thema ‚Nachhaltigkeit‘ authentisch vermitteln.“

Finanz- und Versicherungsprodukte vermittelt? Auf welche Größe schätzen die Vermittler den Anteil nachhaltiger Kunden (sogenannte „LOHAS“: Lifestyles of Health and Sustainability) im Durchschnitt in Deutschland? Wie steht es um die Vertriebschancen von nachhaltigen Finanz- und Versicherungsprodukten? Was sind die Vor- und Nachteile bzw. was spricht für und gegen nachhaltige Finanz- und Versicherungsprodukte?

Die Studie „AssCompact TRENDS III/2017“ kommt schließlich zu dem Ergebnis, dass die Vermittler unter dem Begriff der „Nachhaltigkeit“ zunächst einmal die langfristige Geschäftsbeziehung zu den Kunden und Versicherern verstehen. Die Sicherheit der Leistungsversprechen ist hier ein zentrales Anliegen. Erst nachgelagert werden geschäftsinterne Formen der Nachhaltigkeit – wie eine soziale, betriebswirtschaftliche und ökologisch verträgliche Unternehmenskultur – gesehen. In Bezug auf die Entwicklung der Nachhaltigkeit in der Branche stimmt

Zufriedenheit und Motivation der Vermittler im dritten Quartal 2017



zwar die Mehrheit der Vermittler darin überein, dass das Thema forciert werden sollte (67%) und entsprechende Produkte das Portfolio sinnvoll ergänzen würden (65%), gleichzeitig die Effekte aber insbesondere deren positivem Image zugerechnet werden müssen (68%). Auf Unternehmensebene, das heißt im eigenen Maklerbüro, hat sich bisher etwas mehr als die Hälfte der Vermittler mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ befasst. Am häufigsten werden in diesem Kontext ökologisch (78%) und ökonomisch (69%) vertretbare Handlungsweisen genannt. Die Nennung der sozialen (57%) und nachhaltigen (49%) Unternehmensführung folgt dahinter.

Vertriebschancen nachhaltiger Produkte

Etwas mehr als die Hälfte der Vermittler gibt an, dass das Thema „Nachhaltigkeit“ zudem bereits in einem Beratungsgespräch aufkam, und davon wiederum drei Viertel, dass sie auch schon nachhaltige Produkte vermittelt haben. Die Größe des deutschen Marktes für nachhaltige Produkte wird von den Vermittlern auf etwa 11% bis 15% der Kunden geschätzt. Gemessen an diesem zwar wichtigen, aber dennoch überschaubaren Marktsegment ist es auch nicht verwunderlich, dass die Absatzchancen für nachhaltige Produkte als eher mäßig eingeschätzt werden. Das könnte jedoch nicht zuletzt an dem noch sehr kleinen Angebot auf dem Markt (74% Zustimmung) und dem eher stiefmütterlichen Umgang auf Versicherungsseite (65%) liegen. Die Renditechancen schätzen die Vermittler nämlich zumindest nicht schlechter ein als bei den Alternativen (70%) und das Interesse der Kunden an nachhaltigen Produkten nimmt stetig zu.

Makler zufrieden und motiviert

Nun noch einmal zurück zur Vertriebsstimmung: Diese verzeichnet einen leichten Rückgang, notiert aber weiterhin auf einem soliden Niveau. Die Zufriedenheit innerhalb der Vertriebsstimmung der unabhängigen Vermittler sinkt im dritten Quartal um 5,8 Prozentpunkte und steht somit bei 46,1%. Die Motivation nimmt ebenfalls leicht ab (-3,1 Prozentpunkte) und kommt auf 60,7% (siehe Tacho).

Top-Anbieter aus Vermittlersicht – erstmals inklusive Gewerbebereich

Die AssCompact TRENDS wurden mit dieser Ausgabe an das Marktumfeld angepasst und führen in der Liste „Top-Anbieter aus Vermittlersicht“ nun auch den wichtiger werdenden Bereich der gewerblichen Schaden-/Unfallversicherungen mit auf. Insgesamt werden damit zehn neue Produktlinien mit in die Studie aufgenommen. Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über ausgewählte Produktlinien. Die jeweiligen Platzierungen der Anbieter des vorherigen zweiten Quartals (falls vorhanden) sind in Klammern dargestellt. Im neuen Segment der gewerblichen Schaden-/Unfallversicherung sind in der Tabelle die Rechtsschutzversicherung und Kfz-Flottenversicherung genannt.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Fondsgebundene Lebens- bzw. Rentenversicherung	
Platz 1	Canada Life (1)
Platz 2	ALTE LEIPZIGER (1)
Platz 3	Allianz (4)
PKV-Zusatzversicherung	
Platz 1	ARAG (1)
Platz 2	AXA (7), Continentale (8), DKV (4)
Platz 3	-
Private Kraftfahrtversicherung	
Platz 1	VHV (1)
Platz 2	AXA (3)
Platz 3	KRAVAG (2)
Kfz-Flottenversicherung (neu)	
Platz 1	VHV
Platz 2	KRAVAG
Platz 3	R+V
Gewerbliche Rechtsschutzversicherung (neu)	
Platz 1	KS/AUXILIA
Platz 2	ARAG
Platz 3	ROLAND

Die AssCompact Studie führt auch wieder die Top-Anbieter pro Produktlinie auf. Die Abbildung gibt einen Überblick über ausgewählte Produktlinien; die Platzierungen der Anbieter des vorherigen zweiten Quartals sind in Klammern dargestellt.

Über die Studie

An der quartalsweise durchgeführten Umfrage beteiligten sich 419 Makler und Mehrfachagenten. Die Stichprobe (Ø-Alter = 52,7 Jahre; Ø-Berufserfahrung = 22,6 Jahre) liefert ein sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur am deutschen Versicherungsmarkt. Die Studie „AssCompact TRENDS III/2017“ kann zum Einzelpreis von 1.150 Euro zzgl. 19% gesetzlicher MwSt. erworben werden. Ansprechpartner ist Florian Stasch (Tel.: 0921 7575838, E-Mail: stasch@bbg-gruppe.de). ■



Über Vergütung lässt sich (nicht) streiten

(ac) Die Frage der Vergütungsform erhält vor dem Hintergrund des Wandels im Vertrieb und der Umsetzung der IDD eine neue Relevanz. Neue Vergütungselemente tun sich auf. Für Berater und Makler gilt es abzuwägen, welches das für sie passende Geschäftsmodell ist.

Kaum eine Debatte prägte die Branche in den letzten Jahren so sehr wie die der Vergütung von Finanzberatung und Versicherungsvermittlung. Das Anliegen von Politik und Verbraucherschützern war es, die Beratung kundenfreundlicher zu gestalten. Das anschließende Ringen bei Einzelheiten zur Umsetzung der IDD hat die Diskussion zwischen Beratung auf Provisionsbasis auf der einen und Honorarberatung auf der anderen Seite zusätzlich befeuert. Häufig wird die Diskussion über die Vergütungsform geradezu ideologisch geführt und die Gegenüberstellung von Honorarberatung und Provisionsvermittlung schlichtweg stilisiert als Gegenüber von „Gut“ und „Böse“.

Im AssCompact Sonderthema soll es nicht um ein Für und Wider der Vergütungsformen gehen, sondern es werden Geschäftsmodelle aus der Praxis vorgestellt. Dazu geben Finanzberater, Vermögensplaner und Versicherungsmakler im Rahmen von Interviews Einblicke in ihr Geschäftsmodell und schildern unter anderem, warum sie sich für die jeweilige Vergütungsform entschieden haben bzw. worauf sie bei der Beratung Wert legen.

Wege der Finanzberatung

Die Finanzberater Anette Weiß, Gesa Schöttler und Markus Wahle berichten über ihren Einstieg in die Honorarberatung und erläutern, warum sie sich im Lauf ihres Berufslebens irgendwann für dieses Geschäftsmodell entschieden haben. Und sie verraten, wie sich das Geschäftsmodell trägt, welche Zielgruppen sie ansprechen und warum es bei dem eingeschlagenen Weg mitunter einen langen Atem braucht.

Provisionen in der Beratung

Auf Fairness gegenüber ihren Kunden setzen natürlich nicht nur Honorarberater, sondern auch Versicherungsmakler wie Stephan Krause und sein



© Sergey Nivens - Fotolia.com

gen auch Provisionen gezahlt werden, die einem Makler zufließen. Den meisten Kunden sind die Vergütungsstrukturen der Versicherungsbranche nicht bekannt, etwa im Hinblick auf Abschluss- oder Bestandsprovisionen.

Auswirkungen der IDD auf Vergütungsmodelle

Inwieweit die IDD für mehr Klarheit bei den Verbrauchern sorgen wird, muss die Zukunft zeigen. In jedem Fall bringt sie einen Wandel des Vertriebs und neue Vergütungselemente für Versicherungsvermittler mit sich. Neben den Einschätzungen der Finanzberater und Versicherungsvermittler, wie sich die Umsetzung der IDD auf das eigene Geschäftsmodell auswirken wird, beleuchtet Prof. Dr. Matthias Beenken von der Fachhochschule Dortmund die Folgen von Regularien wie der IDD für den Vertrieb und die Vergütungsmodelle. Mit Umsetzung der IDD darf künftig auch der „Versicherungsberater“ Versicherungen vermitteln. Prof. Dr. Beenken gibt einen Ausblick, welche Möglichkeiten der Vergütung sich für Versicherungsberater bieten und warum seiner Auffassung nach ein Unterschied des Versicherungsberaters zum Makler nicht mehr ernsthaft erkennbar sein dürfte.

Gerade im Hinblick auf die Honorarberatung hatten sich viele im Zuge der IDD eine noch stärkere Abgrenzung gewünscht. Warum der Gesetzgeber mit einem Stacheldrahtzaun als Grenze zwischen Honorar- und Provisionsberatung der organischen Entwicklung zu weit vorausgeeilt wäre, verrät Heiko Reddmann, Geschäftsführer der HonorarKonzept GmbH. ■

Provisionsverbot: Folgt Kanada dem britischen Vorbild?

Verbraucherschützer fordern für Deutschland ein Verbot der Provisionen, wie es seit dem Jahr 2013 mit dem „Retail Distribution Review“ für die Vorsorgeberatung in Großbritannien gilt. Dabei verweisen die Verbraucherschützer nun auch auf Kanada, wo derzeit diskutiert wird, dem Beispiel Großbritanniens zu folgen. So hat sich die kanadische Finanzaufsicht „Canadian Securities Administrators“ (CSA) bereits vor einiger Zeit für ein Provisionsverbot in der Finanzanlageberatung ausgesprochen. Für Deutschland sieht die Bundesregierung in einem solchen Verbot derzeit keine Option, da die Erfahrungen aus Großbritannien zeigen würden, dass es auf der Insel zu Angebotslücken gekommen sei. Die Anbieter hätten sich auf wohlhabende Schichten fokussiert, da viele Kunden die hohen Honorare nicht bezahlen wollten bzw. nicht bezahlen könnten. Zunächst bleibt abzuwarten, wie es mit den Provisionen in Kanada weitergeht.

Sohn Bernd Krause, Geschäftsführer der Karlsruher Der Fairsicherungsladen GmbH. Sie verdeutlichen, worauf sie im Verbund der „Fairsicherungsläden“ bei der Beratung Wert legen und ob sie sich eine Vergütung noch mehr in Richtung Honorar vorstellen könnten. Auch die RWS Vermögensplanung hat sich eine faire Beratung auf die Fahne geschrieben. Vorstandsvorsitzender Jörg Christian Hickmann schildert im Interview, wie Fairness gegenüber Kunden und Vertriebspartnern aussieht und welche Rolle Provisionen dabei spielen.

Provisionen im Bewusstsein von Verbrauchern teils nicht präsent

Zielsetzung der Umsetzung der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) ist es, für mehr Transparenz zu sorgen und den Verbrauchern zu verdeutlichen, wie sich die Kosten einer Beratung zusammensetzen. Wie eine YouGov-Studie im Auftrag des Portals für privates Finanzmanagement moneymeets ergeben hat, ist einem Großteil der Deutschen nicht bewusst, dass mit Versicherungsbeiträ-

Sonderthema im Überblick

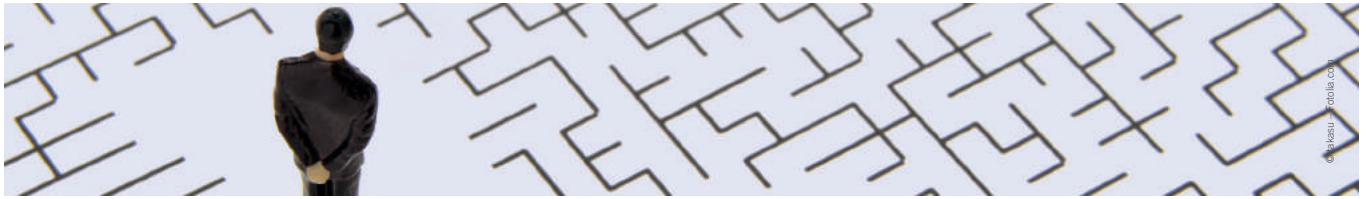
Wandel der Vergütung, Wandel des Vertriebs – Doch in welche Richtung?

Honorarvergütung: Für Kunden und Makler ein Gewinn

Honorar oder Provision – Erfahrungsberichte aus der Praxis

Nachgefragt bei ...

- ... Markus Wahle, ADFINEO
- ... Stephan und Bernd Krause, Der Fairsicherungsladen
- ... Anette Weiß, geld.wert finanzbildung
- ... Gesa Schöttler, Schöttler Honorarberatung
- ... Jörg Christian Hickmann, RWS Vermögensplanung



Wandel der Vergütung, Wandel des Vertriebs – Doch in welche Richtung?

Die Abschlussprovisionen und -courtage sinken auf breiter Front und machen neuen Vergütungselementen Platz. Diese Elemente lassen sich vielfältig gestalten, aber nicht von allen Vermittlern. Und der große Wurf ist dies bisher noch nicht.

Die Botschaft sowohl nationaler Regulierung wie unter anderem dem Lebensversicherungsreformgesetz 2015 als auch europäischer Regulierung wie der Versicherungsvertriebsrichtlinie 2018 und parallel der MiFID II ist relativ klar: Die bisher gewohnten Vergütungssysteme für Versicherungen und Anlagen sollen verbraucherfreundlicher werden. Über die richtige Vorgehensweise gibt es aber bisher keine Klarheit.

Mehr Wettbewerb, aber bitte nicht mehr Kosten?

Ein Beispiel: 2007 wollte die deutsche Bundesregierung den Wettbewerb um private Krankenversicherungen stärken und erleichterte den Wechsel des Anbieters. Doch dann war man überrascht, dass Beratung und Vermittlung beim Wechsel Geld kosten, sprich neue Abschlussprovisionen. Die im letzten Wahlkampf von Bürgerversicherungsfantasien bedrängten privaten Krankenversicherer riefen die Regierung um Hilfe. 2012 wurde der Ruf erhört und die Abschlussprovision in der Vollversicherung gesetzlich gedeckelt.

Jetzt wird über die Lebensversicherung gestritten, seit deren Kosten niedrigzinsbedingt in den Fokus geraten sind. Dass eine kollektive Vorsorge für die meisten Menschen per se

Alle müssen wieder lernen, Vorsorge- statt Anlageberatung zu betreiben. Und den Kunden erklären, dass der Vorteil des Kollektivs etwas wert sein muss – im Vergleich zu den Kosten und Risiken einer selbst gemanagten Geldanlage.

günstiger ist als eine individuelle und dass das sogar etwas Rendite kosten darf, ist in Vergessenheit geraten. Kein Wunder, hat sich doch die Branche selbst jahrelang darin gefallen, für Lebensversicherungen mit zwei Totschlagargumenten zu werben, wonach es hohe Zinsen gebe – und die auch noch steuerfrei.

Vorsorge statt Anlage verkaufen

Beide Argumente ziehen nicht mehr. Alle müssen wieder lernen, Vorsorge- statt Anlageberatung zu betreiben. Und den Kunden erklären, dass der Vorteil des Kollektivs etwas wert

sein muss – im Vergleich zu den Kosten und Risiken einer selbst gemanagten Geldanlage, die über Jahrzehnte aufgebaut und für nichts anderes als den Ruhestand angetastet werden soll. Nur der bei Verbraucherschützern als Leitbild beliebte „Homo oeconomicus“ ist rational und diszipliniert genug, diesen Anforderungen zu genügen, kaum aber ein realer Verbraucher.

Parallel muss sich der Vertrieb noch mit einer anderen Entwicklung auseinandersetzen. Die Akzeptanz des Berufsbilds „Vermittler“ als Handelsberuf schwindet. Händler zeichnen sich dadurch aus, dass sie Waren und Dienstleistungen günstig einkaufen und mit Aufschlag weiterverkaufen. Bei Vermittlern entspricht die Provision oder Courtage einem solchen Aufschlag. Der Aufschlag ist naturgemäß ein Geschäftsgeheimnis und für den Kunden intransparent, er erhält lediglich den Endpreis genannt. Das finden die meisten Verbraucher völlig normal. Ein Beispiel: Manches Kleidungsstück würde wohl keinen Abnehmer mehr finden, würde dem Kunden transparent vorgerechnet, dass er 80% des angegebenen Preises statt für Material und Löhne der Näherinnen in Asien für die Kosten des Händlers sowie an die Steuerkasse bezahlt.

Über manche Preise kann man nicht verhandeln

Allerdings kann man Versicherungsvermittler und sonstige Händler nicht ganz in einen Topf werfen. Der Kunde eines „normalen“ Händlers kann über den

Preis verhandeln. So hat wahrscheinlich noch nie einer der Leser der AssCompact ein Auto zum Bruttolistenpreis gekauft.

Dagegen muss der Vermittler den vom Lebens- oder Krankenversicherer gesetzten Endpreis durchsetzen. Der Kunde kann nicht durch Verhandlungsgeschick erreichen, dass ein Vermittler auf einen Teil seiner Marge (Provision) verzichtet und dadurch der Preis der Versicherung selber sinkt. Die gesetzliche Vorgabe zur Gleichbehandlung der Kunden erlaubt dies nicht. Das ist übrigens in der Schadenversicherung anders. Dort kann ein Kunde Rabatte aushandeln, die der Vermittler durch einen teilweisen Provisionsverzicht mitfinanziert.

Der Kunde muss sich auf die Verhandlungsstärke der Versicherer verlassen

Wenn der Kunde einer Lebens- oder Rentenversicherung aber nicht über den Preis verhandeln kann, wird der Wettbewerb eingeschränkt. Der Kunde muss sich darauf verlassen, dass die Lebens- und Krankenversicherer ihre Verhandlungsmacht gegenüber Vermittlern einsetzen und deren Vergütungsforderungen auf ein vernünftiges Maß begrenzen. Dass das nicht immer funktioniert, haben die Vergütungsexzesse des Krankenversicherungsvertriebs gelehrt. Wäre die Prämie von ein und derselben Krankenversicherung entsprechend teurer gewesen, wenn der Vertrieb 16 statt 8 Monatsbeiträge Abschlussprovision beansprucht, dann hätte der Wettbewerb diese Exzesse wohl eindämmen können.

Vielfalt der Honorargestaltung

Die Neuordnung der Berufsbilder mit dem Umsetzungsgesetz zur IDD soll den Versicherungsberater stärken, der grundsätzlich einem anderen Leitbild folgt: demjenigen des freien Berufs. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass er seine Zeit und seine Expertise verkauft. Deshalb ist hier der Stundensatz eine naheliegende Berechnungsgröße.

Dieses klare Alleinstellungsmerkmal des Versicherungsberaters wird am 23.02.2018 aufgegeben. Versicherungsberater dürfen dann, analog den Honorar-Finanzanlagenberatern und

Honorar-Immobiliardarlehensvermittlern, auch Versicherungen vermitteln, sprich als Händler auftreten. Damit sind Vergütungsgestaltungen analog der Provision bzw. Courtage naheliegend – der Honorarberater lässt sich erfolgsabhängig auf Basis der vermittelten Beitragssummen bezahlen. Ein Unterschied zum Makler ist damit ernsthaft nicht mehr erkennbar.

Selbst das ins Feld geführte Argument Unabhängigkeit durch die Form der Vergütung entfällt. Denn der Versicherungsberater darf zwar nur Honorar nehmen und soll dafür möglichst Nettotarife vermitteln. Doch er kann auch Bruttotarife anbieten und dabei einen Rabatt in Höhe von 80% der im Tarif einkalkulierten Vermittlungskosten versprechen. Versicherungsberater müssten schon Heilige sein, um der Versuchung zu widerstehen, dem Kunden das Honorar mit der Aussicht auf einen „Ersatz“ durch den Rabatt des Versicherers schmackhaft zu machen, anstatt sich abzumühen, die Vorteilhaftigkeit eines Nettotarifs vorzurechnen.

Nächste Reform sorgfältiger vorbereiten

Die Vergütung wird weiter im Gespräch bleiben, auch wenn bereits viel passiert ist. Nach einer aktuellen Studie sind die durchschnittlichen Abschlusscourtage der Makler im Zeitraum 2015 bis 2017 von 39 auf 32% gesunken, Einfirmenvertreter erhalten 25 statt 26%. Gleichzeitig ist die Stornohaftung durchschnittlich auf sechs Jahre gestiegen. Viele, aber bei Weitem nicht alle Vermittler bekommen neue laufende Vergütungselemente. Deren Gestaltung ist aber so vielfältig, dass ein verlässlicher Überblick derzeit schwierig ist.

Ob die Politik bei der im kommenden Jahr geplanten Revision des LVRG diese Maßnahmen als ausreichend beurteilt, weiß derzeit noch niemand. Wünschenswert wäre, dass sie bei neuerlichen Eingriffen sorgfältiger vorgeht. Ein Beispiel: Zur Vorbereitung der VVG-Reform 2008 setzte das Justizministerium Jahre zuvor eine Expertenkommission ein. Das Ergebnis ist weitaus besser gelungen als die nur schlecht vorbereitete IDD-Umsetzung. ■

Das klare Alleinstellungsmerkmal des Versicherungsberaters wird am 23.02.2018 aufgegeben. Versicherungsberater dürfen dann [...] auch Versicherungen vermitteln, sprich als Händler auftreten.



Von Prof. Dr. Matthias Beenken,
Fachhochschule Dortmund



Honorarvergütung: Für Kunden und Makler ein Gewinn

Die IDD stärkt die Honorarberatung. Sie ermöglicht interessierten Maklern einen weichen Übergang in ein Mischmodell – und irgendwann vielleicht den kompletten Umstieg. Berater können sich von Versicherungsunternehmen und den von ihnen festgelegten Provisionen emanzipieren.

Der Regulierungsmarathon im Versicherungsvertrieb geht weiter. Neben der Umsetzung der Anforderungen aus der IDD-Gesetzgebung wird insbesondere die geplante Evaluierung des LVRG Veränderungen mit sich bringen. Einzelne Themen bleiben weiter vage. So zum Beispiel das Provisionsabgabeverbot, das trotz der zunächst eindeutigen Positionierung im IDD-Gesetz nicht vollständig vom Tisch zu sein scheint.

Der Markt bleibt also in Bewegung und Vermittler stellen sich die Frage, wie sie sich künftig im Wettbewerb aufstellen müssen. Der Gesetzgeber lässt hierbei eine eindeutige Präferenz für die Honorarberatung erkennen. Obwohl oft Vorbehalte bestehen, ist dieses Vertriebsmodell schon seit einigen Jahren am Markt vertreten. Für interessierte Maklerunternehmen scheint aber eine komplette Neuausrichtung des Geschäftes als reines Honorarunternehmen riskant, weil weder Makler noch Kunden Erfahrungen mit der Honorarberatung haben.

Finanzberatung war schon immer Vertrauenssache, und um dieses Vertrauen steht es nicht zum Besten. Wenn der Makler nicht mehr vom Versicherer, sondern vom Kunden bezahlt wird, ist er nicht mehr Diener zweier Herren und berät ausschließlich im Interesse des Kunden.

Wenn der Makler nicht mehr vom Versicherer, sondern vom Kunden bezahlt wird, ist er nicht mehr Diener zweier Herren und berät ausschließlich im Interesse des Kunden.

den Makler: Er setzt seine Expertise zum Wohle seiner Kunden ein, verschafft ihnen die Versicherungsprodukte, die für sie gut sind, und schützt sie vor denen, die sie nicht wirklich brauchen. Ganz nebenbei baut er ein langfristiges Vertrauensverhältnis und für sich selbst eine langfristige Existenzgrundlage

auf. Das Honorar wird hierbei mit dem Kunden individuell und transparent vereinbart und so entsteht eine Existenz, die nicht mehr von etwaigen Provisionshöhen abhängt.

IDD ermöglicht Mischung und schrittweisen Übergang

Die Honorarberatung hat einen mehrjährigen regulatorischen Weg hinter sich. Bei der Umsetzung der Insurance Distribution Directive – zu Deutsch: Versicherungsvertriebsrichtlinie – in nationales Recht hat sich der Gesetzgeber zusätzlich davon leiten lassen, die Honorarberatung langfristig zum Standard zu machen. Das Gesetz legt allseits umfassende Transparenz- und Wohlverhaltenspflichten fest und schafft klar geregelte Berufsbilder, die der Verbraucher voneinander abgrenzen kann.

In letzter Minute hat der Gesetzgeber den Fehler vermieden, einen Stacheldrahtzaun zwischen Provisions- und Honorargeschäft zu errichten. Mit dieser Grenzziehung wäre er der organischen Entwicklung weit vorausgeeilt: Derzeit gibt es noch nicht genügend Vermittler, die für die reine Honorarvergütung schon bereit wären.

Stattdessen steht zwischen den Vergütungsmodellen nun eine schlichte Hecke, für alle gut zu erkennen, aber nicht unüberwindlich. Mischmodelle, das hatten

alle Maklerorganisationen in den Expertenanhörungen im Gesetzgebungsprozess ausdrücklich betont, sind der beste Weg, einen sanften Übergang zu ermöglichen. Makler bekommen somit die Chance, sich in der Honorarberatung schrittweise ein zweites Standbein aufzubauen.

Allein die Diskussion um die Auswirkungen eines „LV-Provisionsdeckels“, die aktuell von Experten und Betroffenen intensiv geführt wird, ist hierfür Grund genug und erfordert unternehmerisches Handeln. Sich von Provisionshöhen unabhängig zu machen, ist in diesen Zeiten nicht nur gut für Ego und Berufsethos, es ist eine wirtschaftliche Notwendigkeit.

Mehr Spielraum mit zweitem Standbein

Beim Aufbau eines zusätzlichen Geschäftsmodells mit Honoraren neben dem bestehenden Maklergeschäft auf Provisionsbasis gibt es vieles zu beachten. Immerhin werden die wirtschaftlichen Unwägbarkeiten im Übergang größtenteils abgedeckt, da das bestehende Geschäft weiterläuft. Der erste Schritt stellt kein großes Risiko dar. Wer ein Honorargeschäft aufbauen möchte, muss sich zunächst über alle rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen informieren. In Gesprächen mit interessierten Maklern merken wir immer wieder, wie entscheidend es ist, diese Fragen zu klären. Dann muss unternehmerisches Know-how durch Weiterbildung geschärft und erweitert werden.

Entscheidend ist, einen erfahrenen Ratgeber an der Seite zu haben, der die individuelle Umsetzung kompetent begleitet. Schließlich müssen Makler ihr Spezial- und Handlungswissen in den Bereichen Finanzprodukte, Dienstleistungen und Persönlichkeitsentwicklung auf dem neuesten Stand halten.

Auch im Umfeld des Maklerbetriebs muss einiges auf den Prüfstand gebracht werden. Administrative Arbeiten und Backoffice-Tätigkeiten sollten ausgelagert werden, um Freiräume für das Wesentliche zu schaffen. Vom Formulieren rechtssicherer Verträge über die passende CRM-Software bis hin

zum Honorar-Inkasso sind eine Menge Make-or-Buy-Entscheidungen zu treffen. Neben schlanken Prozessen müssen technische Ausstattung und IT modern, fachlich sauber und effizient arbeiten.

Von Kooperationen profitieren

Die gesamte Komplexität dieses neuen Geschäftszweiges zu beherrschen, bedeutet für den Einzelnen einen kaum zu leistenden Aufwand. Daher empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit einem Serviceanbieter, der neben einem Portfolio an Netto-Produkten auch Musterverträge, Software und Dienstleistungen zur Verfügung stellt. HonorarKonzept legt dabei besonderen Wert auf Weiterbildung, persönliche Betreuung vor Ort durch Business Coaches sowie Vernetzung und Erfahrungsaustausch unter Honorarberatern.

Ist das zweite Standbein etabliert, kann nach und nach das Gewicht des gesamten Maklerbetriebs darauf verlagert werden. Ob Honorare dann 10 oder 50 oder 70% des Vergütungsvolumens ausmachen, hängt davon ab, was für den Betrieb und die Mitarbeiter am besten funktioniert.

Ausblick

Langfristig ist klar, dass eine Vergütung gegen Honorar zum Selbstverständnis wird. Auch weil Gesetzgeber und Verbraucherschützer das fordern und weil es vor allem gut für Berater und Verbraucher ist. Regulatorisch ist mit der IDD ein großer Schritt getan, aber längst nicht das letzte Wort gesprochen. Was die Überprüfung des LVRG hinsichtlich der Provisionshöhen ergibt und ob das Provisionsabgabeverbot vielleicht doch noch kippt, werden die kommenden Jahre zeigen. Jedenfalls wird die Honorarberatung in kommenden Novellen sukzessive bessergestellt werden. Immer mehr Versicherer werden Netto-Produkte anbieten.

All das zeigt: Die Vergütung über Honorar ist das Modell der Zukunft. Frühzeitig einzusteigen, um dann Stück für Stück umsteigen zu können, ist die vielversprechendste Strategie für alle Maklerunternehmen. Wer beim Umstieg nicht allein ist und bald einen sanften Übergang beginnt, ist für die Zukunft bestens gerüstet. ■

IDD-Kongress auf der DKM

Die HonorarKonzept GmbH informiert mit hochkarätigen Experten über wesentliche IDD-Anforderungen und gibt konkrete Lösungen.

Wann und wo?

25.10.2017 ab 10 Uhr in Halle 3B
Raum 9



Von Heiko Reddmann,
Geschäftsführer der HonorarKonzept GmbH



Honorar oder Provision – Erfahrungsberichte aus der Praxis

Die Umsetzung der IDD hat die Diskussion um Honorarberatung und Vermittlung auf Provisionsbasis neu entfacht. Versicherungsmakler und Honorarberater geben Einblicke in ihr Geschäftsmodell und schildern, warum sie ihr Modell als fair erachten.

Nachgefragt bei Markus Wahle, Inhaber der Beratungsfirma ADFINEO



Herr Wahle, wann haben Sie sich denn für die Honorarberatung entschieden? Und was war der Auslöser?

Ich habe 2015 angefangen, mein Geschäftsmodell Schritt für Schritt umzustellen – auf Wunsch langjähriger Mandanten und aus eigener Motivation. Sie waren der Meinung, dass ich ihnen eine Rechnung für meine Beratungsleistung stellen sollte, da sie ja immer wieder mit neuen fachlichen Fragen an mich herantraten und ich diese nicht durch neue Produkte beantworten wollte. Für mich war es nur logisch und konsequent – meine Kunden brauchen nicht immer wieder neue Produkte, sondern jemanden, der im Laufe der Jahre die Finanzplanung in kleinen Schritten anpasst bzw. optimiert. Außerdem sehe ich mich immer schon als Begleiter bzw. Sparringspartner bei finanziellen oder unternehmerischen Entscheidungen. Meine Mandanten zahlen mich für mein Finanzwissen, meine Erfahrung und unternehmerische Meinung. Oftmals schütze ich sie auch einfach nur vor falschen Finanzentscheidungen. Wissen gegen Geld – ein faires System.

Wie trägt sich das Geschäftsmodell?

Offen gesagt braucht es einige Zeit, bis das richtige Handling und ein – für beide Seiten – akzeptables Preismodell erarbeitet ist. Ohne eine gute eigene Finanzplanung und Rücklagen ist die Umstellung schwierig, aber nach einiger Zeit trägt sich das Modell dann – auch langfristig. Wichtig ist es, seine Leistung konsequent zu kommunizieren als auch zu dokumentieren, dann sieht der Mandant einen Mehrwert. Wir arbeiten hier auch ständig an Optimierungen

Ist eine Spezialisierung als Honorarberater notwendig? Und an welche Zielgruppe richten Sie sich?

Wir kümmern uns seit 15 Jahren hauptsächlich um niedergelassene Human- und Zahnmediziner sowie Unternehmer. Hier ist der Beratungsbedarf hoch, aber auch die Bereitschaft, ein Honorar zu zahlen. Mittlerweile kommen aber auch ver-

mehrt vermögende Privatkunden zu uns: Sie wünschen eine strikte Trennung zwischen Produkt und Bezahlung. Aus meiner Sicht ist eine Zielgruppenspezialisierung unabdingbar, denn die ganze Kommunikation und das Marketing sind somit effektiver und erfolgreicher.

Wie werden sich Ihrer Einschätzung nach die neuen Regularien wie etwa die IDD auf Ihr Geschäftsmodell und die Wettbewerbssituation auswirken?

Persönlich sehe ich die ganze Diskussion pragmatisch und nicht ideologisch. Ich habe sehr kompetente Kollegen, die weiterhin im Provisionsbereich arbeiten – gerade Sachmakler. Auf der anderen Seite möchten viele gerne auf die Honorarberatung umsteigen, fahren jedoch noch ein Mischmodell oder trauen sich nicht, den nächsten Schritt zu gehen. Entscheidend ist doch, dass der Mandant weiß, auf was er sich einlässt und wo die Kosten liegen. Wir gehen hier einfach konsequent unseren Weg weiter – und verlassen uns nicht auf die Politik. Persönlich hätte ich mir eine schärfere Abgrenzung zwischen Provisionsmodellen und der Honorarberatung gewünscht – einfach, um eine intransparente Vermischung zu verhindern. In letzter Instanz muss doch der Mandant selbst entscheiden, bei welchem Modell er sich wohler und sicherer fühlt. Aus meiner Erfahrung bietet hier die Honorarberatung den großen Mehrwert. Somit sehe ich sehr optimistisch in die Zukunft meines Unternehmens. ■

Nachgefragt bei Stephan Krause und seinem Sohn Bernd Krause, Geschäftsführer der Karlsruher „Der Fairsicherungsladen GmbH“



Herr Krause senior und Herr Krause junior, Sie sind Mitglied im Verbund der FairsicherungsLäden. Wie sieht eine faire Beratung auf Provisionsbasis aus?

Stephan Krause Die FairsicherungsLäden haben einen moralischen Anspruch in der Kundenberatung. Alle Mitglieder unterwerfen sich dem Ehrenkodex des Verbunds. Wir selbst verfahren nach dem Motto „Der Kunde muss in ein paar Jahren nicht mehr den Tarifnamen kennen, sondern die Wirkweisen seines Produktes“ und üben auf den Kunden keinerlei Abschlussdruck aus. Es ist nicht selten, dass Kunden nach dem Erstgespräch gehen und erst nach Monaten zum Abschluss wiederkommen. Provisions- oder Honorarberatung stellt keine Aussage über die Qualität des Beraters dar.



Bernd Krause Nach meinen Erfahrungen als Geschäftsstellenleiter im Bankwesen musste ich erst lernen, dass Beratungsgespräche ohne sofortigen Abschluss langfristig eine gute Investition sind. Die Kunden kommen wieder und wünschen sich eine langfristige Zusammenarbeit. Kunden, die von sich aus kommen, sind treuere Kunden.

Was sagen Sie Kunden, die angesichts der Provision an der Objektivität eines Maklers zweifeln?

BK Wie mein Vater schon sagte: Provision ist kein Merkmal einer schlechten Beratung. Höhere fachliche Qualifikationsanforderungen an Berater würden unserer Branche besser tun als die Debatte, wer „gut“ oder „böse“ ist. Auch ein Honorarberater muss in seiner Kalkulation berücksichtigen, dass er Know-how, Beratungszeit und Betriebskosten über die Dauer des Vertrages bezahlt bekommen muss. Oft sind die Honorare nicht nennenswert unterschiedlich zu Provisionen, wie das Beispiel Altersvorsorge zeigt: Wenn man sich das Kundenvermögen als Bilanz vorstellt, geht das Honorar direkt als Ausgabe ab und steht somit der Anlage auch nicht zur Verfügung. Im Provisionsmodell diskontiert der Versicherer, sodass Kundengelder zum größten Teil angelegt werden. Also ist es eher eine Frage der Grenzwertrechnung als einer pauschalen Beurteilung.

SK Wir ermöglichen es dem Kunden, Zahlen und Fakten zu vergleichen, beraten ihn und bitten den Kunden dann, in Ruhe zu Hause darüber nachzudenken. Die Entscheidung, der Honorar- oder der Provisionsberatung mehr Glauben zu schenken, liegt beim Kunden. Oder ist jeder Steuerberater gleich gut in seiner Tätigkeit? Verbraucherschutz findet doch nicht statt, indem der Kunde bestätigt, dass er 50 oder 60 Seiten Bedingungen gelesen hat. Im Grunde wird der Verbraucher durch eine Gesetzgebung dieser Art eigentlich immer weiter entmündigt und die Verantwortung dafür auf den Vermittler abgewälzt. Mit Vermittler meinen wir jeden Beratenden unserer Branche.

Wie wichtig Fachkompetenz ist, möchte ich an einem Beispiel aufzeigen: Ein Fehler etwa in der Steuererklärung lässt sich meist gut korrigieren, eine nicht erkannte falsche Berechnung von Barwerten der Altersvorsorge kann einen Kunden in die Altersarmut führen. Selbstverständlich hat jeder Berater eine moralische Verpflichtung gegenüber seinen Kunden.

Für eine Erstberatung stellen Sie Kunden ein Honorar in Rechnung. Wäre darüber hinaus eine Vergütung noch mehr in Richtung Honorarberatung vorstellbar?

SK Wir trennen strikt das Erstgespräch von der Beratung mit Vermittlung. Das Erstgespräch dient dem gegenseitigen Kennenlernen und der Kunde erhält Informationen und fachliche Auskünfte. Eine gezielte Ist-Situation, mögliche Risiken und deren Absicherungen werden produktanbieterunabhängig ermittelt und aufgezeigt. Danach kann sich der Kunde für ein Beratungsgespräch entscheiden.

BK Solange es keine einheitliche Honorarsatzregelung gibt, wie bei anderen Freiberuflern auch, sehen wir weder Wettbewerb noch Verbraucherschutz gewahrt. Wir erhoffen uns bei der Honorarberatung fest definierte Sätze wie bei anderen Freiberuflern und würden uns freuen, wenn das in einem IDD-Entwurf beleuchtet wird.

Wie wirkt sich die IDD auf Ihr Geschäftsmodell aus?

SK Der Gesetzgeber hat nach unserer Meinung die richtige Intention, leider erscheinen viele Schritte als nicht zu Ende gedacht oder einer Lobby geopfert. Sicher wird ein geändertes Vergütungsmodell allein nicht die gewünschte Wirkung erzielen. Grundsätzlich sind Honorare in einigen Bereichen richtig, um dem Kunden weitere Möglichkeiten zu eröffnen. Ein Ende der Provisionsberatung sehen wir allerdings nicht. Wir gehen von einer Mischung der Bezahlformen aus, um dem jeweiligen Kundenbedarf adäquat und fair begegnen zu können. Darauf haben wir uns ausgerichtet. ■

Nachgefragt bei Anette Weiß, geschäftsführende Gesellschafterin der geld.wert finanzbildung GmbH



Frau Weiß, wann haben Sie sich denn für die Honorarberatung entschieden? Und was war der Auslöser?

Ich hatte mich 2009 entschieden, die Bankkarriere aufzugeben und mich mit der Honorarberatung selbstständig zu machen. Meine Auffassung von dem, was Beratung leisten soll, war mittlerweile zu weit davon entfernt, was Bankberatung leisten kann. Ich wusste, wie es besser zu machen ist – und habe das dann auch in der eigenen GmbH umgesetzt.

Wie trägt sich das Geschäftsmodell? Und welchen Umfang nimmt denn das Geschäftsfeld Coaching bei Ihnen ein?

Mein Geschäftsmodell – ich arbeite rein stundenbasiert – trägt sich sehr gut, aber es hat einige Jahre gebraucht. Ich kann also jedem neuen Kollegen nur davon abraten, sich ohne ausreichend Rücklagen selbstständig zu machen, wenn er ohne bestehenden Kundenstamm startet! Das Coaching und die Wissensvermittlung nimmt heute den größten Teil meiner Zeit in Anspruch, die Honorarfinanzanlageberatung ist zwar die Königsdisziplin meiner Arbeit, die Voraussetzung dafür sind aber Kunden, mit denen ich auf Augenhöhe arbeiten kann.

An welche Zielgruppe richten Sie sich? Gewinnen Sie über Ihre Coaching-Angebote neue Kunden oder sind es bestehende Kunden, die nach einer Finanzberatung ein Coaching buchen?

Die Voraussetzung einer wirklich erfolgreichen Beratungsarbeit ist der aufgeklärte Kunde: Denn auch die beste Beratung kann nur suboptimal für den Kunden sein, wenn er die relevanten finanzwirtschaftlichen Zusammenhänge nicht auf seine

persönliche Situation anzuwenden gelernt hat. Zuerst kommt also die Finanzbildung, dann erst die Finanzberatung. Ebenso wichtig wie das Finanzwissen ist aber auch das sogenannte Money-Mindset, denn gute Entscheidungen für sich selbst zu treffen, heißt auch, einen klaren Blick auf die eigene Risikobereitschaft, die wirklichen Bedürfnisse und die eigenen Ziele zu haben.

Meine Kunden, meine Zielgruppe also, sind Menschen, die lern- und entwicklungsbereit sind und die Freude daran haben, ihre Finanzen mit meiner professionellen Unterstützung in die eigene Hand zu nehmen.

Wie werden sich Ihrer Einschätzung nach die neuen Regularien wie etwa die IDD auf Ihr Geschäftsmodell und die Wettbewerbssituation auswirken?

Da mein Geschäftsmodell fernab jeglicher Provision und allen Produktvertriebs angesiedelt ist, wirkt sich die IDD darauf nicht aus. Für die Branche befürchte ich aber eine Zunahme von Honorar-Mischmodellen, welche der Vertrauensbildung der Verbraucher wohl kaum zuträglich sein wird. Ich hätte mir eine echte Marktberreinigung und für Verbraucher, Berater und Vermittler eine klare Formulierung und Umsetzung gewünscht. ■

Nachgefragt bei Gesa Schöttler, Inhaberin der Schöttler Honorarberatung



Frau Schöttler, wann haben Sie sich denn für die Honorarberatung entschieden? Und was war der Auslöser?

Erstmals von Honorarberatung habe ich 2010 gehört. Die Entscheidung, dies selbst als Beratungsmodell anzubieten, wurde durch immer wiederkehrende Situationen im Beratungsalltag verstärkt, in denen ich die Vergütung entweder für den Kunden oder für die Bank, für die ich tätig war, als unfair empfunden habe. Beim Honorarmodell rechne ich den tatsächlichen Aufwand ab, dies ist für beide Seiten transparent und nachvollziehbar, so entsteht kein Interessenkonflikt.

Wie haben Sie die ersten Monate erlebt und wie haben ehemalige Kunden reagiert?

Die ersten Monate waren eine Zeit der völligen Umstellung. Es ist sehr motivierend, bei der Produktauswahl völlig frei zu sein. Das Feedback, meine Beratung auf Honorarbasis anzubieten, war sehr positiv. Grundsätzlich empfinden wohl alle diese Vergütungsform als fair. Die Bereitschaft, Geld für eine Beratung in die Hand zu nehmen, die bei der Bank

oder Versicherung „kostenlos“ erhältlich ist, ist allerdings für viele noch eine psychologische Hürde.

Wie trägt sich das Geschäftsmodell?

Wer bereit ist, viel zu arbeiten, der bekommt dafür eine ordentliche Entlohnung. Bei wenig Einsatz trägt sich das Geschäftsmodell natürlich nicht, da es keine laufenden Einnahmen gibt wie beim Provisionsmodell.

Haben Sie sich auf bestimmte Bereiche spezialisiert? Und an welche Zielgruppe richten Sie sich?

Ich habe mich auf Anlageberatung und Vermögensbetreuung spezialisiert. Mein Zielgruppe sind vermögende und einkommensstarke Privatkunden.

Sie bieten auch Begleitung zu Bankgesprächen an. Wie wird dieses Angebot von Ihren Kunden angenommen und wie beurteilen Sie die Bankgespräche nun aus anderem Blickwinkel?

Die Kunden, die zu mir kommen, sind in der Regel mit dem Vergütungsmodell und/oder der Beratung ihrer Bank nicht zufrieden. Da ich über den Verbund Deutscher Honorarberater meinen Kunden sehr gute Konditionen im Bankbereich anbieten kann, entscheiden die Kunden sich häufig für eines dieser

Modelle. Meine Kunden wollen sich in der Regel nicht nochmals von ihrer bisherigen Bank beraten lassen, so dass hier wenig Bedarf ist. Ich finde es allerdings wichtig, diese Begleitung auch anzubieten, weil ich unabhängig bin und nicht jeder Kunde sein Depot bei seiner bisherigen Bank aufgeben muss.

Wie werden sich Ihrer Einschätzung nach die neuen Regularien wie etwa die IDD auf Ihr Geschäftsmodell und die Wettbewerbssituation auswirken?

Es wird kurzfristig nicht dazu führen, dass viele neue Berater bereit sein werden, ihr Provisionsmodell auf Honorarberatung umzustellen. Das ist schade für die Bekanntheit von Honorarberatung. Ich halte es dennoch für gut, wenn sich Berater für das Honorar- oder Provisionsmodell entscheiden müssen. Dies vermeidet Mischmodelle und wird den Ruf der Honorarberatung verbessern. ■



Anzeige

Jetzt durch Expansion Ihre Zukunft sichern

Mit der Übernahme von Maklerbeständen schaffen Sie als junger Unternehmer eine größere Basis für mehr Wirtschaftlichkeit. Allerdings ist dieser Schritt auch mit vielen Risiken verbunden. Setzen Sie daher bei Ihren Expansionsplänen auf unsere Expertise.

Wir bieten:

- einen umfassenden Anzeigenmarkt
- individuelle Betreuung
- langjährige Erfahrung
- breites Netzwerk

Damit auch Ihre Zukunft Bestand hat!
Jetzt informieren: www.bestandsmarktplatz.de



Eine Initiative von:

AssCompact
Erfahrungswerte & Know-How zum Erfolg

Resultate
Individuelle Finanzierungsberatung
und Firmengestaltung (AGG)

DER BESTANDSMARKTPLATZ
Und Ihre Zukunft hat Bestand.

Nachgefragt bei Jörg Christian Hickmann, Vorstandsvorsitzender der RWS Vermögensplanung AG



Herr Hickmann, die RWS Vermögensplanung AG hat sich die faire Vermittlung von Allfinanzprodukten auf die Fahne geschrieben. Wie sieht eine solche Vermittlung aus?

Unsere Kunden werden mit unserer RWS Finanzanalyse beraten. Vorhandene Verträge des Kunden überprüfen wir bezüglich des Preises und der Qualität mithilfe der Software von Franke & Bornberg. Neuverträge, insbesondere im Vorsorgebereich, werden ebenfalls mit diesem Vergleichsprogramm angeboten.

Welche Rolle spielt hier das Vergütungsmodell?

Für uns spielt das Vergütungsmodell eine wichtige Rolle, um sowohl dem Kunden als auch dem Vertriebspartner gegenüber eine faire Basis bieten zu können. Die Provisionen für unsere Vertriebspartner sind einheitlich geregelt, sodass es keinen Unterschied macht, ob ein Vertrag der Allianz oder der Zurich vermittelt wird. Mit dieser Vorgehensweise entgegnen wir jeglichem Vorwurf der provisionsgetriebenen Beratung. Eine gute Beratung hängt ausschließlich von der Qualifikation des Beraters ab und nicht vom Vergütungsmodell.

Sie sprechen von einer fairen Basis für Kunden und Vertriebspartner. Wie genau sieht diese Fairness aus?

Einheitliche Vergütungssysteme sind für uns oberstes Gebot. Dabei spielt es keine Rolle, ob ein Teil der Vergütung durch vorfinanzierte Abschlussprovisionen und ein anderer Teil durch laufende Abschlussprovisionen ausgezahlt wird. Wichtig für uns ist immer, dass keine Versicherungsgesellschaft gegenüber einer anderen vergütungstechnisch besser gestellt ist.

Der Beratungsprozess sollte sich ausschließlich um die Qualität der Produkte drehen und nicht die Frage der jeweiligen Vergütung aufwerfen. Diese Vorgehensweise hat für unseren Berater den Vorteil, dass Wettbewerber, also andere Mehrfachagenten oder Makler, so gut wie keine Angriffsfläche bei unseren Kunden haben. Damit sind die von uns vermittelten Verträge überaus stornosicher und verbleiben langfristig im Bestand. Eine fairere Lösung können wir uns kaum vorstellen.

Wie thematisieren Sie denn dann die Vergütung den Kunden gegenüber?

Mit dem Kunden sprechen wir ausschließlich über die Leistungsfähigkeit der Produkte, da die Vergütung selbst, wegen unserer Provisionsgleichstellung, in der Beratung keine Rolle spielt. Im Vorsorgebereich weisen wir die Kosten selbstverständlich aus. Bei der Finanzanlagenvermittlung weisen wir die Kosten im Beratungsprotokoll für den Kunden für die jeweilige Anlage sowohl in Euro als auch prozentual aus. Damit erreichen wir höchste Transparenz.

Heißt das auch, dass es bei der Vergütung keine Rolle spielt, ob es sich um Kapitalanlage oder Assekuranz handelt?

Bei der Provisionsberatung sind Vergütungsmodelle mit einer vorfinanzierten Abschlussprovision für Berater, die sich neu für diese Branche entschieden haben, von großer Bedeutung, da sie ihren Lebensunterhalt davon bestreiten müssen. Gerade für diese Personengruppe ist dann eine einheitliche Vergütungsregelung wichtig. Bei langjährigen Vertriebspartnern spielt eine vorfinanzierte Abschlussprovision nur noch zum Teil eine Rolle. Laufende Provisionseinnahmen nehmen, je länger der Vertriebspartner in der Branche ist, eine immer wichtigere Bedeutung ein, da dadurch eine monatliche Grundvergütung aufgebaut wird. Im Ergebnis geht es daher weniger um die Frage, ob es sich um eine Kapitalanlage oder im Vergleich um einen Versicherungsschutz handelt, sondern um die persönliche Situation des Vermittlers.

Wie wirken sich Ihrer Einschätzung nach Regularien wie die IDD auf die Vergütungsmodelle aus?

Die Tendenz bei den Vergütungsmodellen wird sich zu laufenden Abschlussprovisionen entwickeln. Hinzu kommen höhere Verwaltungsaufwände wie Dokumentation, Informations- und Aufklärungspflichten für Vermittler. Neben der reinen Beratungsleistung wird der Block von administrativen Aufgaben immer größer. Die Vergütung jedoch kann dem Spektrum des Mehraufwandes nicht angepasst werden. Sie wird im Gegenteil sogar sinken. Im Ergebnis steht dann ein Mehraufwand einer geringeren Vergütung gegenüber. Eine Alternative zur Provisionsberatung ist die Honorarberatung nicht, was das Beispiel von Großbritannien zeigt. Dort werden nur noch die obersten Bevölkerungsschichten beraten, alle übrigen können oder wollen sich die Beratung nicht leisten. Ein Nebeneinander von Honorar- und Provisionsberatung ist jedoch sinnvoll. ■

Wir machen aus Siegern Helden!

Baufinanzierung vom
Besten für die Besten!

Wir suchen erfolgreiche **Handelsvertreter**, die nicht nur Sieger, sondern Helden sein wollen! Profitieren Sie vom umfangreichen Leistungspaket des Testsiegers.

- Überdurchschnittlich lukratives **Provisionsmodell**
- **Qualifizierte Leads** aus einzigartigem Netzwerk
- **Selbstständig bleiben**, mit einer starken Marke als Partner



Jetzt attraktive Umsatzchance sichern
und als Handelsvertreter Heldentaten vollbringen:
partner@planethyp-partner.de, (089) 76774-180

www.planethyp-partner.de



Urteile kurz & knapp zusammengefasst

◆ Keine Überwachung per Keylogger

Arbeitgeber dürfen die Tastatureingaben ihrer Mitarbeiter nicht ohne konkreten Verdacht überwachen. Im verhandelten Fall wurde einem Web-Entwickler gekündigt, weil er während der Arbeitszeit auf seinem Dienst-PC ein Computerspiel programmiert sowie für eine andere Firma gearbeitet hatte. Festgestellt wurde dies mit einem Keylogger, der protokolliert, welche Tasten auf einer Tastatur gedrückt werden. Durch dessen Nutzung ohne Verdacht auf eine schwerwiegende Pflichtverletzung wird das Recht des Mitarbeiters auf informationelle Selbstbestimmung verletzt.

Bundesarbeitsgericht, Urteil vom 27.07.2017, Az.: 2 AZR 681/16

◆ Gebühr für Versand von SMS-TANs zulässig

Für den Versand einer Transaktionsnummer (TAN) per SMS dürfen Banken und Sparkassen von ihren Kunden Geld verlangen. Die Gebühren sind aber nur dann zulässig, wenn der Code vom Kunden auch tatsächlich bei einem Zahlungsauftrag verwendet wird. Vertragsklauseln, die eine pauschale Gebühr für jede versendete SMS vorsehen, sind damit nicht zulässig.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 25.07.2017, Az.: XI ZR 260/15

◆ Zeckenstich ist kein Dienstunfall

Ein Polizist hat keinen Anspruch auf Anerkennung eines Zeckenstichs als Dienstunfall. Er folgte einem Pkw, der von der Fahrbahn abkam, durch ein dicht bewachsenes Gebiet. Das Ereignis Zeckenstich war im vorliegenden Fall nicht örtlich und zeitlich bestimmbar, wie es für eine Anerkennung als Dienstunfall erforderlich ist. Der Kläger konnte nicht überzeugend beweisen, dass er sich die Zecke beim beschriebenen Einsatz zugezogen habe, da er den Stich erst Tage später feststellte.

Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 19.07.2017, Az.: 3 A 2748/15

◆ Schadenersatz für beschädigte Garage nach Reifenwechsel

Bedenkenloses Öffnen eines Kofferraums kann ein Zeichen von Sorglosigkeit sein, wenn sich darin Reifen befinden, die beim Herausrollen eine Garage beschädigen. Nach abgeschlossener Montage hatte der Reifenhändler die Winterreifen nebeneinanderstehend im Kofferraum des Klägers platziert. Dieser fuhr zurück in seine Garage und öffnete per Fernsteuerung die Kofferraumklappe. Die dabei herausrollenden Reifen verursachten einen Sachschaden am Garagentor, die der Mann vom Betreiber der Werkstatt ersetzt wissen wollte. Durch das bedenkenlose Öffnen des Kofferraums trifft den Mann ein Mitverschulden, weshalb ihm kein Schadenersatz zusteht.

Oberlandesgericht Oldenburg, Beschluss vom 31.05.2017, Az.: 9 U 21/17, rechtskräftig

◆ Versicherungsschutz bei Suche nach Katze auf dem Arbeitsweg

Jede privat motivierte Verrichtung gefährdet den Versicherungsschutz durch die Unfallversicherung auf dem Arbeitsweg. Dies ist auch der Fall, wenn ein Arbeitnehmer auf dem Nachhauseweg den gepflasterten Gehweg in Richtung Haustür verlässt, um nach seiner Katze Ausschau zu halten, und dabei ausrutscht. Seine Unfallversicherung muss nicht für die Kosten der daraus entstehenden Verletzung aufkommen.

Sozialgericht Landshut, Urteil vom 31.07.2017, Az.: S 13 U 243/16

◆ Privathaftpflichtversicherung greift nicht bei Unfall mit Eseln

Der Versicherungsschutz einer Privathaftpflichtversicherung umfasst lediglich das Risiko der Halter und Hüter zahmer Haustiere und gezähmter Kleintiere. Verursachen zwei von einer Versicherungsnehmerin untergebrachte Eselinnen einen Verkehrsunfall, greift der Versicherungsschutz somit nicht. Um die Eselinnen miteinzubeziehen, muss eine separate Tierhalterhaftpflichtversicherung abgeschlossen werden.

Oberlandesgericht Dresden, Beschluss vom 13.10.2016, Az.: 4 W 977/16, rechtskräftig



BUNDESTAGSWAHL

Mehr
Regulierung?

X PROVISIONEN

Kongress
vormerken

NIEDRIGZINSPHASE

Produkt-
alternativen!

INSURTECH

Themenpark
besuchen ✓

**DIE
LEITMESSE
~~DER BRANCHE~~**

für meinen
Erfolg

Jetzt
anmelden

Dortmund

24.-26. Oktober 2017

www.die-leitmesse.de



DKM

DIE LEITMESSE FÜR DIE FINANZ-
UND VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT

Keine GKV-Beiträge für „betriebliches Ruhegeld“ mit Überbrückungszweck

(ac) Für ein „betriebliches Ruhegeld“ aus einer Direktzusage des früheren Arbeitgebers müssen keine GKV-Beiträge gezahlt werden, solange der Überbrückungszweck der Zahlung im Vordergrund steht. Mit Renteneintritt, spätestens aber mit Erreichen der Regelaltersgrenze unterliegen solche Leistungen als Versorgungsbezüge der Beitragspflicht. Geklagt hatte ein Arbeitnehmer, dem bei Beendigung seines Arbeitsverhältnisses ab „Erreichen des 55. Lebensjahres die Betriebsrente“ zugesagt und ausgezahlt worden war. Wenig später nahm der Kläger eine andere versicherungspflichtige Beschäftigung auf. Seit Beginn seiner Altersrente zahlt er auch auf die Betriebsrente Krankenversicherungsbeiträge. Seine Krankenkasse verlangte von ihm jedoch auch für die Zeit vor Rentenbeginn die Nachzahlung von Beiträgen. Bisher galt, dass Leistungen, die ein Arbeitgeber an einen Arbeitnehmer nach dessen Ausscheiden aus dem Arbeitsverhältnis zur Überbrückung der Zeit bis zum Renteneintritt zahlt, keine beitragspflichtigen Versorgungsbezüge sind, wenn für den Leistungsbeginn auf ein Lebensalter abgestellt wird, das nicht schon als Beginn des Ruhestands gelten kann, und diese Zuwendung bis zum Eintritt in den gesetzlichen Ruhestand befristet ist.

Krankenversicherungsbeiträge entfallen jetzt auch bei unbefristeten Leistungen

Nun hat das Gericht entschieden, dass auch auf unbefristete Leistungen keine Krankenversicherungsbeiträge zu zahlen sind, solange der Überbrückungszweck der Leistung im Vordergrund steht. Dies könne jedoch nur bis zum Renteneintritt, längstens aber bis zum Erreichen der Regelaltersgrenze der Fall sein. Die Versicherungs- und Beitragspflicht in der GKV greife in die grundgesetzlich geschützte allgemeine Handlungsfreiheit (Art. 2 Abs. 1 Grundgesetz) ein. Dieser Eingriff sei möglichst gering zu halten.

BSG, Urteil vom 20.07.2017, Az.: B 12 KR 12/15 R



Gilt eine Zuwendung als Überbrückung, sind keine KV-Beiträge darauf zu zahlen.

Falschangaben des Vertreters bei Gesundheitsfragen

(ac) Ein Versicherungsnehmer hat bei Abschluss seines BU-Vertrages gegenüber dem Vertreter alle Vorerkrankungen angegeben. Letztere gab sie jedoch im schriftlichen Antrag teilweise nicht an. Tatsächlich hatte der Mann jedoch mehrfach wegen Rückenbeschwerden seine Hausärztin konsultiert und musste seinen Job schließlich aufgeben. Der Versicherer verweigerte die Leistung und unterstellte dem Versicherungsnehmer Arglist, da er bewusst Krankheiten verheimlicht habe. Daraufhin reichte der Mann Klage ein.

Versicherungsvertreter ist „Auge und Ohr“ des Versicherers

Laut BGH kann die Versicherung nicht geltend machen, dass der Versicherungsnehmer seine vorvertragliche Anzeigepflicht verletzt habe. Der Kläger habe bei seinem Vertreter mündlich auf Rückenbeschwerden und Arztbesuche hingewiesen. Die Versicherung sei zur Zahlung verpflichtet. Dabei bezog sich der BGH in seinem Urteil auf die „Auge und Ohr“-Rechtsprechung. Demzufolge steht der Vertreter bei Entgegennahme eines Versicherungsantrags dem Antragsteller als das Auge und Ohr des Versicherers gegenüber. Sogar eine verschwiegene radiologische Untersuchung konnte keinen Rücktritt der Versicherung aufgrund Arglist verwirklichen. Dies deutet laut BGH darauf hin, dass der Vertreter im Wissen, dass die Falschangaben dem Versicherten zum Nachteil werden können, den Gesundheitsbogen ausfüllte, um die Zahlung der Provision zu gewährleisten.

BGH, Urteil vom 05.07.2017, Az.: IV ZR 508/14

Neue Leitlinien des BGH zur Wohnraumkündigung

(ac) Es ist unzulässig, Wohnraum aufgrund Eigenbedarfs zu kündigen, wenn dieser für eine freiberufliche oder gewerbliche Nutzung als Gewerbefläche geplant ist. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat hierzu neue Leitlinien aufgestellt. Im vorliegenden Fall kündigte eine Vermieterin ein seit 1977 bestehendes Mietverhältnis. Ihr Ehemann betreibt auf der Etage, auf der sich auch die Wohnung der beklagten Mieterin befindet, ein Beratungsunternehmen. Nach Angaben der Vermieterin reiche dessen räumliche Kapazität nicht länger aus, weshalb es um die Wohnung der langjährigen Mieterin erweitert werden solle. Die Vorinstanzen sahen den Bedarf an der vermieteten Wohnung für die beruflichen Interessen des Ehemannes als berechtigtes Interesse gemäß § 573 Abs. 1 S. 1 BGB an. Somit war der Kündigungstatbestand des Eigenbedarfs gegeben. Aufgrund von Zweckentfremdung des Wohnraums wiesen die Gerichte allerdings die Räumungs- und Herausgabeklage der Vermieterin ab.

Einzelfallprüfung auf Interesse des Vermieters

Der BGH legte fest, dass die Beendigung eines Wohnraummietverhältnisses aufgrund von Berufs- oder Geschäftsbedarf in Vermieterinteresse unzulässig ist. Insofern haben die Gerichte den Einzelfall jeder Mietverhältnisbeendigung auf berechtigtes Interesse des Vermieters zu prüfen. Es muss eine einzelfallbezogene Abwägung der Interessen beider Mietvertragsparteien vorgenommen werden. Im vorliegenden Fall ergibt sich aus der geplanten gewerblichen Nutzung kein Kündigungstatbestand des Eigenbedarfs gemäß § 573 Abs. 2 Nr. 2 BGB. Es liegen zudem für die Vermieterin keine entstehenden Nachteile von ausschlaggebendem Gewicht vor. Zudem konnte die Klägerin nicht nachweisen, dass dem Beratungsunternehmen wirtschaftliche Einbußen entstehen. Der BGH hat damit die Möglichkeit zur Kündigung der Vermieter aufgrund Eigenbedarfs eingeschränkt und seine vorangegangene Rechtsprechung geändert. BGH, Urteil vom 29.03.2017, Az.: VIII ZR 45/16

Anzeige

AssCompact

HEFTVORSCHAU 10|2017

» Sonderthema

DKM 2017: das komplette Programm und viele spannende Hintergrundinformationen zur Leitmesse

» Weitere Themen

Ergebnisse der AssCompact Studie Private Vorsorge, Gothaer-Interview mit Dr. Christopher Lohmann zum Kompositgeschäft, Gastbeitrag von JP Morgan über das Spar- und Anlageverhalten der Deutschen, Analyse der Pflichten eines Vermittlers im Rahmen der nachvertraglichen Betreuung von Wolter Hoppenberg und weitere spannende Artikel/Interviews sowie zahlreiche Kurzmeldungen zu aktuellen Themen.

Das Heft erscheint in der ersten Oktoberwoche.

1. PLATZ

bei 20% im Folienwert bei Print
in der Topgruppe erreicht nur geringe Followerzahlen

HÖCHSTE RELEVANZ

09/2016 YouGov

1. PLATZ

Jahreskontakt 40%
Print, € 2 pro Jahr
in der Topgruppe erreicht nur geringe Followerzahlen

HÖCHSTE REICHWEITE

09/2016 YouGov



Urteil zu Pflichtbeiträgen in Industrie- und Handelskammern

(ac) Die bestehenden Strukturen und Pflichtbeiträge in deutschen Handelskammern sind umstritten. Insgesamt gibt es 79 Industrie- und Handelskammern in Deutschland. Gewerbetreibende werden automatisch Mitglied der regional zuständigen Kammer. Zwei Unternehmen legten gegen die Pflicht zur Mitgliedschaft und Zahlung von Beiträgen Verfassungsbeschwerde ein, blieben aber vor dem Bundesverfassungsgericht (BVerfG) ohne Erfolg. Die Richter knüpften damit an die Rechtsprechung aus dem Jahr 2001 an. Nach etwa 16 Jahren wurde somit die Organisation der Kammern erneut umfangreich kontrolliert. Die demokratische Legitimation mit dem Wahlverfahren und den internen Strukturen bildete hierbei einen neuen Prüfungspunkt. Die Ansicht der Kläger ist, dass die regionalen Kammern in Zeiten globaler Märkte und weltweiter Krisen nicht mehr imstande sind, die Interessen aller Unternehmen angemessen zu repräsentieren.

Pflichtmitgliedschaft greift in Handlungsfreiheit ein

Die Richter räumten ein, dass die Pflichtmitgliedschaft in die grundgesetzlich geschützte allgemeine Handlungsfreiheit eingreift. Dies sei jedoch gerechtfertigt, wenn damit „die Voraussetzungen dafür geschaffen werden, ein Gesamtinteresse zu ermitteln, das tatsächlich alle Betriebe und Unternehmen berücksichtigt“. Grundlegende Interessenskonflikte dürfen infolgedessen nicht außer Acht gelassen werden.

BVerfG, Urteil vom 02.08.2017, Az.: 1 BvR 2222/12 u. a.

BGH zur Berechnungsgrundlage des BU-Grades

(ac) Für den Eintritt des Leistungsfalls wird in den Versicherungsbedingungen oftmals ein 50%-iger Grad der Berufsunfähigkeit vorausgesetzt. Die Klägerin in diesem Fall war als Hauswirtschafterin in einer Anwaltskanzlei tätig. Im Jahr 2007 stürzte sie eine Treppe hinunter. Daraufhin machte sie unter anderem wegen Rücken- und Wirbelsäulenbeschwerden Leistungen ihrer BU-Versicherung geltend. Wegen einer Schmerzstörung konnte sie nur noch drei Stunden am Tag als Haushaltshilfe arbeiten. Die Versicherung zweifelte an, dass die Frau zu mehr als 50% berufsunfähig sei. Die Sachverständigen der Vorinstanzen bestätigten ebenso nur eine Berufsunfähigkeit in Höhe von 20%. Eingeräumt wurde, dass die Klägerin Probleme beim Tragen schwerer Einkäufe habe, diese allerdings keinen zeitlich großen Aufwand verursachten.

Die Entscheidung des BGH

Der BGH gab der Frau Recht. Das Tragen schwerer Lasten dürfe nicht isoliert, sondern als untrennbare Einzelverrichtung des beruflichen Gesamtvorgangs betrachtet werden, so die Richter. Für die Organisation des Mittagstisches musste sie den wöchentlichen Einkauf auf dem Großmarkt tätigen. Die Lebensmittel wurden dort nur in großen Mengen verkauft, die für die Frau zu schwer sind. Sie konnte die Kantinenleitung nicht mehr übernehmen. In die Prüfung der Sachverständigen muss neben dem Zeitumfang des Einkaufs auch die gesamte Führung der Kantine einfließen.

BGH, Urteil vom 19.07.2017, Az.: IV ZR 535/15

Fondsverluste bei Lebensversicherungen

(ac) Bei Inanspruchnahme des „ewigen Widerspruchsrechts“ muss die Versicherung alle Beiträge sowie Zinsen und weitere Nutzungen an den Versicherungsnehmer zurückzahlen. Im vorliegenden Streitfall liegt ein Totalverlust der Sparanteile der Prämien vor. Dem Verstoß des Versicherers gegen seine Belehrungspflicht ist durch das zeitlich unbefristete Lösungsrecht laut dem Oberlandesgericht Stuttgart genüge getan. Der Versicherungsnehmer muss für die Verluste selbst aufkommen. In § 5a VVG a.F. ist die Pflicht zur ordnungsgemäßen Belehrung über das Widerrufsrecht geregelt. Das Widerspruchsrecht besteht nach vorangegangener Rechtsprechung (Az. IV ZR 513/14) auch, wenn dem Versicherungsnehmer nur ein geringer Sparanteil als Verlust entsteht. Der BGH hat jedoch nicht festgelegt, welche Vorgehensweise bei höheren Verlusten der Sparanteile vorzunehmen ist. Die Formulierung ergibt, dass das Effektivitätsgebot verletzt wird, sollte der Versicherungsnehmer höhere Verluste zu tragen haben. Die Entscheidung des OLG Stuttgart in diesem Fall ist überraschend, da die finanzielle Last allein beim Versicherungsnehmer liegt.

OLG Stuttgart, Urteil vom 22.05.2017, Az.: 7 U 34/17

Hausratversicherer verweigert Zahlung aufgrund von Fahrlässigkeit

(ac) Wird durch Fahrlässigkeit der Diebstahl des Wohnungsschlüssels ermöglicht und werden infolge dessen Gegenstände aus der Wohnung entwendet, besteht kein Anspruch auf Entschädigung durch die Hausratversicherung. Mit dem Fahrrad befand sich die Klägerin mit einem Kollegen auf dem Rückweg von der Betriebsfeier. Im Korb des Fahrrads lag ihre Handtasche mitsamt den Wohnungsschlüsseln, Ausweisen und persönlichen Gegenständen. Sie war nicht gegen Diebstahl gesichert. Als das Fahrrad für einige Minuten unbeobachtet blieb, als sich die Kollegen einander zuwandten, wurde die Tasche gestohlen. Der Dieb stahl daraufhin Gegenstände aus der Wohnung.

Diebstahl mit Schlüssel generell abgesichert

Generell umfasst der Versicherungsschutz auch Schadenereignisse, bei denen ein Dieb in ein Gebäude mittels des Originalschlüssels eindringt, in dessen Besitz er zuvor durch Entwenden gelangte. Die Versicherungsbedingungen setzen allerdings voraus, dass der Diebstahl nicht durch fahrlässiges Verhalten ermöglicht wurde. Die Klägerin handelte fahrlässig, weil sie ihre Handtasche unbeaufsichtigt ließ. Die Leistungsverweigerung der Hausratversicherer erfolgte laut dem Gericht somit zu Recht.

OLG Hamm, Beschluss vom 15.02.2017, Az.: 20 U 174/16

Behandlung des Rückkaufwertes bei abgetretener Lebensversicherung

(ac) Das Oberlandesgericht (OLG) Karlsruhe hatte über die Kündigung und Auszahlung des Rückkaufwertes bei einer vom Versicherungsnehmer abgetretenen Lebensversicherung zu entscheiden. Seine Rechte an einer privaten Rentenversicherung hatte ein Versicherungsnehmer an ein Unternehmen verkauft und abgetreten. Unter Vorlage einer unterzeichneten Abtretungsanzeige sowie des Original-Versicherungsscheins kündigte die Zessionarin den Versicherungsvertrag und erhielt den Rückkaufwert. Unter Berufung auf das Rechtsdienstleistungsgesetz und das Kreditwesengesetz gibt der Versicherungsnehmer an, dass die Abtretung wegen Verstoßes gegen § 134 BGB nichtig sei und deshalb der Versicherungsvertrag ungekündigt fortbestehe. Der Versicherungsnehmer muss die Kündigung und die Auszahlung des Rückkaufwertes aber auch im Falle einer Nichtigkeit der Abtretung gemäß §§ 409, 808 BGB gegen sich gelten lassen.

OLG Karlsruhe, Urteil vom 02.06.2017, Az.: 12 U 161/16



NETZ AUSWERFEN,
Premium-Produkte einfangen!

Mehrfach ausgezeichnete
private Deckungskonzepte:

- **Top Privathaftpflicht-, Unfall-, Wohngebäude-, Hausrat- und Rechtsschutzversicherung**

Fangfrische Top-Garantie:

- **Marktgarantie sowie Differenzdeckung in der Hausrat- & Privathaftpflichtversicherung**

Ihre Vorteile:

- **Innovative Produktgestaltung mit immer neuen Maßstäben für die Versicherungswirtschaft**
- **Hoch kompetente Vertriebsunterstützung auf diversen Kanälen**
- **Minimierung der Vermittlerhaftung**

DOMCURA GENIAL. EINFACH. SICHER.

Informieren Sie sich jetzt!
Telefon: (0431) 54654-011
vertrieb@domcura.de
www.domcura.de



Neue Steuerregeln für Fonds: Was ändert sich ab 2018?

Am 01.01.2018 tritt die Reform der Investmentbesteuerung in Kraft. Ab diesem Zeitpunkt müssen in Deutschland aufgelegte offene Publikumsfonds auf bestimmte Erträge erstmals deutsche Steuern direkt aus dem Fondsvermögen zahlen.

Die Steuer in Höhe von 15% gilt für deutsche Dividenden, deutsche Mieterträge und Gewinne aus dem Verkauf von deutschen Immobilien. Damit behandelt der Gesetzgeber deutsche und ausländische Fonds im Hinblick auf deren Einkünfte aus Deutschland künftig steuerlich gleich. Das war ein wesentlicher Grund für die Reform der Investmentbesteuerung.

Unter dem Strich: Keine steuerliche Mehrbelastung

Die gute Nachricht ist: Die meisten Fondssparer werden unter dem Strich nicht mehr Steuern zahlen als bisher. Denn sie erhalten einen pauschalen Ausgleich für die Belastung auf der Fondsebene. Für Privatanleger bleiben Ausschüttungen des Fonds und Gewinne aus dem Verkauf von Fondsanteilen teilweise von der Abgeltungsteuer verschont. Das gilt auch für Anleger ausländischer Fonds. Die Höhe des steuerfreien Anteils für Privatanleger, die sogenannte Teilfreistellung, richtet sich nach der Art des Fonds: Für Aktienfonds (Aktienquote mindestens 51%) sind pauschal 30% steuerfrei, für Mischfonds (Aktienquote mindestens 25%) 15% und für Immobilienfonds 60%; bei Immobilienfonds mit Anlageschwerpunkt im Ausland sind es 80%. Auf den Rest fallen 25% Abgeltungsteuer zuzüglich Solidaritätszuschlag und gegebenenfalls Kirchensteuer an. Fondssparer, die keine Steuern auf Einkünfte aus Kapitalvermögen zahlen – weil ihre Erträge unter dem Sparer-Pauschbetrag liegen oder eine Nichtveranlagungsbescheinigung vorliegt – und damit nicht von Steuerfreistellungen profitieren, zahlen nach Berechnungen des Bundesfinanzministeriums im Schnitt nur knapp drei Euro mehr pro Jahr.

Vorabpauschale sorgt für Mindestbetrag

Die Teilfreistellung gilt nicht nur für Gewinne der Anleger aus dem Verkauf von Fondsanteilen und Ausschüttungen, sondern auch für die sogenannte Vorabpauschale. Mit der Vorabpauschale stellt der Gesetzgeber sicher, dass auch Anleger von nicht ausschüttenden (thesaurierenden) und teilausschüttenden Fonds einen Mindestbetrag, den sogenannten Basisertrag, versteuern müssen. Die Vorabpauschale ist der Betrag, um den die Ausschüttungen eines Investmentfonds innerhalb eines Kalenderjahres unterhalb des Basisertrags für dieses Kalenderjahr liegen. Sie wird von den depotführenden Stellen in Deutschland berechnet. Im ersten Schritt ermitteln sie zu Beginn eines Kalenderjahres (zum Beispiel 01.01.2019) für das vorangegangene Kalenderjahr (zum Beispiel 2018) den Basisertrag: Dafür multiplizieren die depotführenden Stellen den Rücknahmepreis der Fondsanteile zum Jahresbeginn des vorangegangenen

Kalenderjahres (zum Beispiel 01.01.2018) mit 70% des – von der Bundesbank ermittelten und vom Bundesfinanzministerium im Bundessteuerblatt veröffentlichten – Basiszinses. War die tatsächliche Wertentwicklung des Fonds im Vorjahr geringer, wird diese in der weiteren Berechnung angesetzt.

Die Vorabpauschale, die nur positive Werte annehmen kann, entspricht letztlich der Differenz zwischen dem Basisertrag und der Ausschüttung im letzten Kalenderjahr. Bei thesaurierenden Fonds entspricht die Vorabpauschale somit dem Basisertrag. Eine Folge dieser Methodik: Thesaurierungsbeträge sind erst im Folgejahr vom Fondssparer zu versteuern. Bei Fonds, die weniger als den Basisertrag ausschütten, müssen Anleger die Ausschüttung wie bisher im Zeitpunkt des Zuflusses versteuern und die Vorabpauschale im darauffolgenden Kalenderjahr.

Steuersystem für Anleger einfacher

Die Einführung der Vorabpauschale bringt insbesondere für Anleger von ausländischen thesaurierenden Fonds erhebliche Erleichterungen. Denn künftig führen deutsche depotführende Stellen Kapitalertragsteuer auf die Vorabpauschale der ausländischen thesaurierenden Fonds ab, und zudem verrechnen sie beim Verkauf der Fondsanteile die ab 2018 besteuerten Vorabpauschalen automatisch mit dem Veräußerungsgewinn. So wird einerseits die Abgeltungsteuer automatisch einbehalten und andererseits eine Doppelbesteuerung beim Anleger vermieden. Anleger, die ab nächstem Jahr ausländische thesaurierende Fonds kaufen, haben es dann einfacher mit der Steuererklärung. Sie müssen regelmäßig keine Angaben zu Erträgen aus ausländischen Fonds in der Steuererklärung machen.

Nur 5 statt 33 Daten

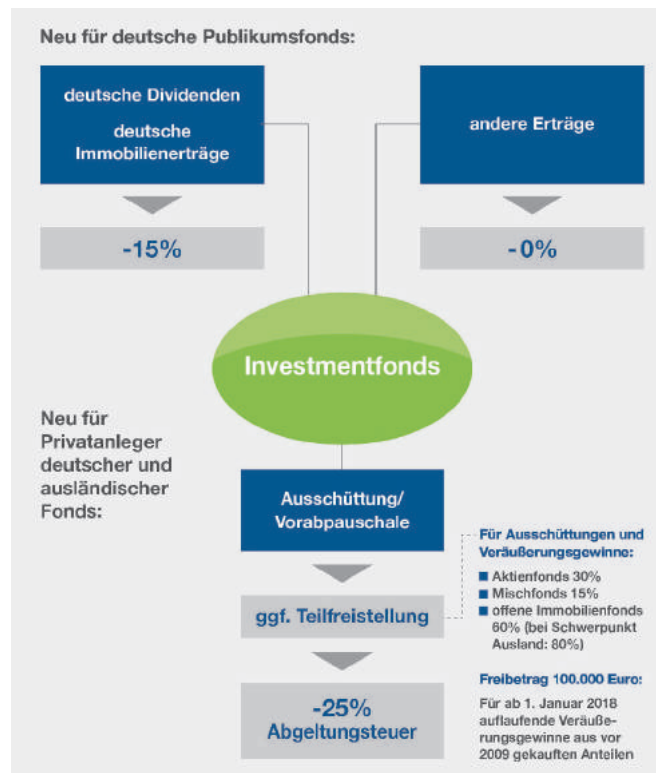
Auch wird es insgesamt für Anleger einfacher, die laufende Besteuerung von Fondserträgen nachzuvollziehen. Sie benötigen statt wie bislang bis zu 33 Besteuerungsgrundlagen künftig nur noch fünf Daten:

1. steuerliche Einstufung des Fonds als Aktien-, Misch- oder Immobilienfonds (gegebenenfalls mit Auslandsschwerpunkt)
2. Rücknahmepreis zum Beginn eines Kalenderjahres
3. Rücknahmepreis zum Ende eines Kalenderjahres
4. Höhe der Ausschüttungen in einem Kalenderjahr
5. Basiszins

Bestandsschutz fällt nicht ersatzlos

Für Privatanleger hat die Systemumstellung eine weitere Auswirkung. Bereits vorhandene Anteile an Investmentfonds gelten zum 31.12.2017 als veräußert und am 01.01.2018 als angeschafft. Der Gewinn ist entweder steuerfrei, wenn die Anteile vor dem 01.01.2009 angeschafft worden sind, oder steuerpflichtig, wenn die Anteile nach dem 31.12.2008 angeschafft worden sind. Falls der Gewinn steuerpflichtig ist, wird die Steuer bis zur tatsächlichen Veräußerung der Fondsanteile zinslos gestundet. Diese fiktive Veräußerung und fiktive Anschaffung hat hinsichtlich der vor dem 01.01.2009 ins Depot gebuchten Anteile zudem zur Folge, dass der Bestandsschutz wegfällt. Im Zuge der Einführung der Abgeltungsteuer wurde nämlich geregelt, dass Gewinne aus der Veräußerung von vor 2009 angeschafften Fondsanteilen dauerhaft steuerfrei bleiben. Der BVI konnte jedoch im Gesetzgebungsverfahren erreichen, dass der Bestandsschutz nicht ersatzlos wegfällt, sondern für die ab 01.01.2018 entstehenden Wertzuwächse beim Verkauf der Anteile, die vor 2009 erworben wurden, bis zu 100.000 Euro pro Anleger steuerfrei bleiben. Erst wenn der Freibetrag aufgebraucht ist, entsteht eine Steuerbelastung. Damit werden die Folgen des Wegfalls des Bestandsschutzes für die meisten Privatanleger deutlich abgemildert. Anleger sollten ihre vor 2009 gekauften Anteile nicht noch vor 2018 verkaufen – zumindest

Publikumsfonds: Neue Steuerregeln ab 2018



nicht aus steuerlicher Sicht. Im Gegenteil: Wer diese Anteile bis dahin verkauft, verschenkt seinen Freibetrag von 100.000 Euro.

Frühzeitig über neue Regeln informieren

Freie Vermittler und Berater sollten sich frühzeitig mit den neuen Regeln zur Fondsbesteuerung auseinandersetzen, um eine optimale Anlagelösung für ihre Kunden zu finden. Der BVI unterstützt den Vertrieb dabei, indem er unter www.bvi.de über die Eckpunkte der Reform informiert und Antworten auf häufige Fragen gibt. ■



Von Peter Maier, Leiter Abteilung Steuern, Altersvorsorge und Statistik beim deutschen Fondsverband BVI



Ganzheitliche Notfallorganisation – Richtig beraten

Viele Versicherungsvermittler befassen sich mit „ganzheitlicher Familienberatung“ oder „Generationenberatung“. Unabhängig davon, unter welchem Titel man dies macht, müssen rechtliche, organisatorische, medizinische und finanzielle Fragen einbezogen werden. Welche Art der Beratung ist dabei rechtens und sinnvoll?

Ganzheitliche Beratung ist für den Kunden absolut sinnvoll. Jeder Berater sollte sich hier Kompetenzen aneignen. Nur auf die „Rechtslage“ in Deutschland hinzuweisen, ist dabei auch keine unerlaubte Rechtsberatung.

Rechtliche Vorsorge

Zu „rechtlicher Vorsorge“ gehören Themen wie Vorsorgevollmacht, Patientenverfügung, Sorgerechtsverfügung und Testament und für Unternehmer zusätzlich Geschäftsvollmacht, gesellschaftsrechtliche und haftungsrechtliche Fragen. Jeder Vermittler darf bei Kunden auf die Notwendigkeit solcher „rechtlicher Vorsorge“ hinweisen und darüber mit Kunden sprechen. Nur wenn die Fragen sehr kundenspezifisch und individuell werden, dann sollte er sicher sein, hierzu nur „die allgemeine Rechtslage“ darzustellen und nicht „Rechtsberatung“ zu leisten, Ausbildung hin oder her. Entweder der Vermittler nennt oder gibt dem Kunden Standardvorlagen oder Fragebögen, die der Kunde selber ausfüllt – dann stellt sich die Frage, wie bzw. wer dem Kunden diese Zettel aktuell hält. Oder er verweist auf Anwälte bzw. Notare oder Softwareplattformen, kann dann aber nicht mit seiner eigenen Kompetenz glänzen. Ein weiterer Weg ist, dass der Vermittler die Grenze von „erlaubter“ zu „unerlaubter“ Rechtsberatung schlicht sauber einhält. Das ist der Königsweg, damit der Vermittler seine Kompetenz beim Kunden zeigen kann. Der Vermittler hält die Grenze zur unerlaubten Rechtsberatung ein, wenn er nur von sich oder von Kunden oder allgemein über das deutsche Recht und seine Rechtsfolgen berichtet und nicht kon-

kreten Einfluss auf individuelle Formulierungen der Kunden in den Dokumenten nimmt.

Vorsicht bei Erstellung eigener Dokumente

Es kommt immer wieder vor, dass Gesellschaften und sog. „Institute“, ohne eine Erlaubnis nach dem Rechtsberatungsgesetz zu haben, selbst individuelle Texte erstellen. Sie laufen Gefahr, dass ihre Verträge vor Gericht für nichtig erklärt werden und, falls ein Wettbewerber dies mitbekommt, auch wettbewerbsrechtlich und ggf. strafrechtlich belangt zu werden. Das gilt selbst dann, wenn diese Gesellschaften und Institute die Dokumente von Anwälten erstellen lassen und diese auch bezahlen. „Bezahlketten“ hat der BGH schon im November 2014 für unzulässig erklärt. Und auch Anwälte, die in solche rechtswidrigen Systeme eingebunden sind oder die zum Beispiel ohne Freistellung der Mandanten von ihrer anwaltlichen Verschwiegenheitspflicht die von ihnen erstellten Dokumente über die Gesellschaften an die Mandanten

versenden lassen, verletzen Standesrecht und das Gebot anwaltlicher Verschwiegenheitspflicht.

Organisatorische Vorsorge

Neben rechtlichen Fragen geht es auch darum, wie man Notfallvorsorge ganz praktisch organisiert. Ein Notfalldokument, das nicht gefunden wird, nützt nunmal nichts. Auch die Informationsabläufe vom Opfer bis hin zu den Angehörigen müssen im Notfall ohne Zutun des (bewusstlosen) Opfers funktionieren. Es muss daher unbedingt geregelt sein, wie die Rechtsdokumente ohne das Zutun des Verunfallten schnell und rund um die Uhr sowie weltweit zum Arzt gelangen. Hier hilft ein kleiner Notfallausweis, über den der genannte Personenkreis die wichtigsten Daten des Verunfallten sofort erhält. Dies ist über ein Login möglich, mit dem Ärzte auf Informationen zugreifen können.

Wichtig: Medizinische Daten

Dokumente müssen auch über Jahre aktuell gehalten werden. Und sie sollten nicht nur Rechtliches oder Telefonnummern von Angehörigen enthalten, sondern gerade auch medizinische Informationen. Was nützt ein Rechtsdokument, wenn der Arzt nicht weiß, dass der Patient ein Bluter ist, der gerade einen Schlaganfall hatte, ihm deshalb – wie häufig in der Praxis – standardmäßig blutverdünnende Mittel spritzt und es zu Komplikationen bis hin zum Tod des Patienten kommt?

Es muss daher klar sein, welche medizinischen Besonderheiten der Patient hat, darunter Allergien und Unverträglichkeiten, besondere Erkrankungen und Impfstatus. In einer medizinischen Vorsorge muss auch erfasst werden, welche Medikamente der Patient regelmäßig nehmen muss und welche er nicht nehmen darf. Und der Hausarzt sollte bekannt sein. Eine ganzheitliche Notfallorganisation ohne medizinische Daten und klare Abläufe macht wenig Sinn.

Der richtige Anbieter: Anwaltstempel reicht nicht

Viele Anbieter werben mit ihren „Dokumenten“ und „Notfallleistungen“ und

damit um Vermittler als Kooperationspartner. Bei diesen Anbietern gibt es sehr große Unterschiede. Verbraucher sollten sich vergewissern, ob sie Dokumente mit dem Briefkopf eines haftenden Anwaltes oder Notars erhalten, wodurch die Anerkennung durch Dritte (Behörden, Ärzte, Banken etc.) enorm erhöht wird. Es sollte ersichtlich sein, welcher Rechtsanwalt die Dokumente tatsächlich erstellt hat und dass dieser nur dann gegenüber dem Verbraucher vertraglich haftet und Gewährleistung geben muss, wenn zwischen diesem und dem Anwalt ein eigener Vertrag geschlossen wurde. Ohne Vertrag oder individuelle Zusicherung entsteht keine Haftung des Anwaltes. Allein der Stempel von ihm auf Dokumenten hat keinerlei rechtliche Bedeutung. Verbraucher sollten zudem klären, ob der erstellende Anwalt im Fall des Nichtanerkennens der Dokumente durch Dritte kostenlose Ersthilfe leistet.

Zu beachten ist ferner, ob die anbietende Gesellschaft eine echte internationale Hotline besitzt, die mehrsprachig besetzt ist, oder ob sie nur eine eigene Bürotelefonnummer als „internationale Hotline“ anbietet. Dies würde an Irreführung grenzen, wenn dort nicht vielsprachig und rund um die Uhr reagiert wird. Kritisch hinterfragen sollte man immer 0800er-Rufnummern, die als „Notfallhotline“ angegeben werden, da diese Rufnummern aus dem Ausland nicht erreichbar sind.

Eigene Haftung genau prüfen

Aufgrund langjähriger Zusammenarbeit mit Vermittlern empfiehlt es sich, das Risiko der eigenen Haftung genau unter die Lupe zu nehmen. Es gilt dabei zu überprüfen, ob die kooperierende Gesellschaft den Vermittler schriftlich von einer Haftung freistellt oder ob sie ihn nur von einer Haftung für Verschulden der Gesellschaft freistellt, denn für diese hätte er sowieso nie gehaftet. Die Frage, wen der Kunde angehen wird, wenn die Dokumente nicht anerkannt werden oder sie Fehler enthalten, sollten sich Vermittler ganz besonders stellen. Wird und kann der Kunde wirklich gegen einen Anwalt vorgehen, wenn er gar keinen Vertrag mit ihm hat? Kann der Kunde eine Gesellschaft verklagen, die doch selber weder die Daten aufgenommen noch die Texte erstellt haben will? Wer bleibt demnach für den Kunden übrig, wenn dieser Anwalt und die Gesellschaft nicht haftbar gemacht werden können? ■



Von Rechtsanwalt Lutz Arnold LL.M.,
Anwaltskanzlei Arnold



Das neue Geldwäschegesetz – Nicht ohne Nebenwirkungen für Vermittler

Versicherungsvermittler gehören auch nach dem neuen Geldwäschegesetz unverändert zum verpflichteten Personenkreis. Einige Regelungen sind mit zusätzlichem administrativem Aufwand verbunden. Aufgrund der erheblichen Ausweitung des Bußgeldkatalogs mit teilweise drastischen Geldstrafen ist eine sorgfältige Einhaltung der geldwäscherechtlichen Pflichten unabdingbar.

Das neue Geldwäschegesetz (GwG) ist seit dem 26.06.2017 in Kraft. Damit ist auch dieses Gesetz innerhalb der zweijährigen Umsetzungsfrist für europäische Richtlinien in nationales Recht implementiert worden. Aufgrund der Umsetzungsfrist waren Stellungnahmen von Fachverbänden zum Gesetzentwurf teilweise mit extrem engen Terminen versehen. Bis zuletzt ist davon die Rede gewesen, Übergangsfristen oder eine zeitweise Nichtanwendung des Bußgeldkatalogs einzufügen.

So kam es aber nicht. Als letzte Gesetzgebungsinstanz hat der Deutsche Bundesrat dem Gesetz am 19.05.2017 zugestimmt – mit der Folge, dass geldwäscherechtlich Verpflichtete letztlich nur einen Monat Zeit hatten, um die entsprechenden Vorgaben umzusetzen.

Versicherungsvermittler, die Lebensversicherungen und deren Zusatzversicherungen (zum Beispiel BU), Rentenversicherungen und Unfallversicherungen mit Prämienrückgewähr vermitteln, müssen die Vorschriften des Geldwäschegesetzes

einhalten. Wenn nicht, drohen erhebliche Bußgelder und der „Online-Pranger“. Die Aufsichtsbehörden müssen den Namen des verstoßenden Unternehmens und die gegen dieses ergangene Bußgeldentscheidung veröffentlichen, sobald diese unanfechtbar ist. Die entsprechende Bekanntmachung muss fünf Jahre auf der Internetseite der Aufsichtsbehörde veröffentlicht bleiben.

Neu ist auch das Transparenzregister. Dort sollen Daten wirtschaftlich Berechtigter von juristischen Personen, eingetragenen Personengesellschaften und Trusts erfasst werden. Die Mitteilung an das Transparenzregister hat erstmals bis zum 01.10.2017 zu erfolgen. Sofern sich Vor- und Nachname, Geburtsdatum, Wohnort sowie Art und Umfang des wirtschaftlichen Interesses auch aus elektronisch abrufbaren Registern, insbesondere dem Handelsregister, ergeben, ist keine Meldung erforderlich.

Doch was genau müssen Versicherungsvermittler ab sofort beachten?

Sorgfaltspflichten

Das Geldwäschegesetz kennt allgemeine, vereinfachte und verstärkte Sorgfaltspflichten. Die allgemeinen



Von Dr. Hans-Georg Jenssen, geschäftsführender Vorstand des Verband Deutscher Versicherungsmakler e.V. (VDVM)

Sorgfaltspflichten müssen immer erfüllt werden. Wird ein Risiko als gering eingeschätzt, kann der Verpflichtete auch vereinfachte Sorgfaltspflichten anwenden. Diese stellen jedoch nur bedingt eine Erleichterung dar, denn alle allgemeinen Sorgfaltspflichten sind trotzdem anzuwenden. Lediglich der Umfang der zu erfüllenden Maßnahmen darf angemessen reduziert werden.

Verstärkte Sorgfaltspflichten sind anzuwenden, wenn ein höheres Geldwäscherisiko besteht. Dies ist insbesondere der Fall, wenn es sich beim Vertragspartner oder dem wirtschaftlich Berechtigten um eine politisch exponierte Person handelt, um ein Familienmitglied einer politisch exponierten Person oder um eine Person, die einer politisch exponierten Person bekanntermaßen nahesteht. Politisch exponierte Personen können beispielsweise Staats- und Regierungschefs, Minister, Parlamentsmitglieder oder Mitglieder oberster Gerichte sein. In solchen Fällen muss ein Mitglied der Geschäftsleitung der Aufnahme der Kundenbeziehung zustimmen. Die Anwendung verstärkter Sorgfaltspflichten bedeutet ebenfalls eine stärkere kontinuierliche Überwachung der Geschäftsbeziehung.

Identifizierungspflicht

Vertragspartner, auftretende Personen und wirtschaftlich Berechtigte sind zu identifizieren. Bei natürlichen Personen, die Vertragspartner oder auftretende Personen sind, erfolgt die Identitätsprüfung in der Regel anhand eines gültigen amtlichen Ausweises. In diesem Fall muss der verpflichtete Versicherungsvermittler vollständige Ausweiskopien machen und aufbewahren. Die bisherige Rechtsunsicherheit, ob Ausweiskopien in Zuge der geldwäscherechtlichen Pflichten gemacht werden dürfen, ist somit durch das neue Gesetz geklärt worden. Bei juristischen Personen erfolgt die Identifizierung regelmäßig anhand eines Handelsregistrauszuges.

Risikomanagement

Verpflichtete Vermittlerunternehmen müssen über ein Risikomanagement verfügen. Im Gesetzgebungsverfahren ist der notwendige administrative Auf-

wand – insbesondere für kleine Unternehmen – vielfach kritisiert worden. Immerhin ist ins Gesetz eingeflossen, dass sich die Angemessenheit des Risikomanagements an der Unternehmensgröße des Verpflichteten orientieren darf.

Unter Risikomanagement versteht das Geldwäschegesetz das Vornehmen einer Risikoanalyse und die Einrichtung interner Sicherungsmaßnahmen. Versicherungsvermittler müssen die im Unternehmen vorhandenen Risiken der Geldwäsche und der Terrorismusfinanzierung analysieren und bewerten. Faktoren, die bei der Risikobewertung eine Rolle spielen, sind beispielsweise der Tätigkeitsumfang im geldwäscherelevanten Anwendungsbereich oder die Struktur des Kundenstammes (etwa Anteil politisch exponierter Personen). Die Risikoanalyse muss dokumentiert, regelmäßig geprüft und aktualisiert und der Aufsichtsbehörde auf Verlangen zur Verfügung gestellt werden.

Mit internen Sicherungsmaßnahmen sind Grundsätze, Verfahren und Kontrollen gemeint, die gewährleisten, dass die Sorgfalts-, Melde-, Aufzeichnungs-, und Aufbewahrungspflichten und sonstige geldwäscherechtliche Vorschriften eingehalten werden. Insbesondere muss die Zuverlässigkeit von Mitarbeitern im geldwäscherelevanten Bereich durch geeignete Maßnahmen wie Personalkontrollen und Beurteilungen geprüft werden. Auch sind erstmalige und laufende Schulungen bezüglich geldwäscherelevanter Themen notwendig. Versicherungsvermittler benötigen zwar keinen Geldwäschebeauftragten, aber ein Mitglied der Leitungsebene muss bestimmt werden, das die Einhaltung der geldwäscherechtlichen Verpflichtungen verantwortet.

Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflicht

Angaben und Informationen zur Identifizierung, insbesondere Ausweiskopien oder Handelsregistrauszüge, die im Zuge der Identifizierungspflicht angefertigt wurden, sind ebenso aufzubewahren wie Informationen über die Durchführung und Ergebnisse der Risikobewertung, Ergebnisse im Rahmen der verstärkten Sorgfaltspflichten sowie Erwägungen zu Verdachtsfällen und Verdachtsfallmeldungen. Die Aufbewahrungsfrist für Identifizierungsunterlagen beginnt mit Schluss des Kalenderjahres, in dem die Geschäftsbeziehung endet. Bei übrigen Aufzeichnungen beginnt die Frist mit dem Schluss des Kalenderjahres, in dem die jeweilige Angabe festgestellt worden ist.

Neue Stelle für Verdachtsmeldungen

Seit dem 26.06.2017 sind Verdachtsmeldungen nur noch an die neu beim Zoll eingerichtete Zentralstelle für Finanztransaktionsuntersuchungen zu melden. Für die Meldung müssen die amtlichen Vordrucke benutzt werden. Mit goAML wird ein elektronisches Meldesystem eingerichtet, über das ab 2018 Verdachtsmeldungen grundsätzlich abzugeben sind. ■



Grenzüberschreitender Versicherungsvertrieb: Wer hat die Aufsicht?

Grenzüberschreitender Versicherungsbetrieb wirft immer wieder Rechtsfragen auf. Mit der Vereinheitlichung der europäischen Aufsicht für Finanzdienstleistungsunternehmen stellt sich die Frage: In welchem Maße muss die BaFin dabei im Wege der Dienstleistungsfreiheit in der EU als Gastland-Aufsichtsbehörde ihre Rechtsaufsicht wahrnehmen?

An dieser Frage entzündet sich ein Kompetenzthema, das im Zuständigkeitskonflikt mit der Fachaufsicht der Heimatlandbehörde steht. So werden beispielsweise in anderen Mitgliedsstaaten ansässige Versicherungsunternehmen regelmäßig im Wege des Dienstleistungsverkehrs oder über Niederlassungen im Gastland ihre Produkte verkaufen. Grundsätzlich obliegt der BaFin als Gastland-Aufsichtsbehörde in solchen Fällen lediglich die Rechtsaufsicht. Die Fachaufsicht obliegt der Aufsichtsbehörde des Sitz- bzw. Heimatlandes der Versicherungsgesellschaften.

Kompetenzen der BaFin

Dennoch kann die BaFin durch die Kompetenzzuweisung des Versicherungsaufsichtsgesetzes (gemäß § 298 Abs. 1, Satz 1 VAG) gegenüber den Unternehmen mit Sitz in einem anderen Mitgliedsstaat Anordnungen treffen, um konkret drohende oder bereits vorliegende Missstände zu vermeiden. Beispielsweise müssen die Versicherungsunternehmen auch im Gastland über eine ordnungsgemäße Geschäftsorganisation verfügen, welche die Einhaltung der Gesetze und Verordnungen sowie der aufsichtsbehördlichen Anforderungen gewährleistet. Eine solche ordnungsgemäße Geschäftsorganisation setzt insbesondere auch ein angemessenes Risikomanagement gemäß § 26 Abs. 1 VAG (zuvor: § 64a Abs. 1 Satz 3 VAG a. F.) voraus. Dazu gehört eine gut funktionierende und transpa-

rente Beschwerdebearbeitung einschließlich deren Dokumentation. Insofern hat auch die europäische Aufsichtsbehörde mit Sitz in Frankfurt am Main für das Versicherungswesen und die betriebliche Altersvorsorge (European Insurance and Occupational Pensions Authority – „EIOPA“) Leitlinien zur Beschwerdebearbeitung durch Versicherungsunternehmen veröffentlicht und in Kraft gesetzt.

Beschwerdemanagement nur im Herkunftsland

Hieraus schloss die BaFin, dass sie bei grenzüberschreitendem Versicherungsgeschäft von in einem anderen Mitgliedsstaat gelegenen Versicherungsunternehmen auch in Deutschland ein jährliches Beschwerdemanagement für das Versicherungsgeschäft einfordern kann. Insofern verkannte die BaFin jedoch die weiteren rechtlichen Voraussetzungen für ihre Eingriffskompetenz, da das Handeln der Behörde

nicht willkürlich, sondern zur konkreten Gefahrenabwehr bei Vorliegen konkreter Missstände ausgestaltet sein muss.

Im Übrigen bestehen gegen eine solche Rechtsauffassung der BaFin nicht unerhebliche rechtliche Bedenken, da eine Berechtigung der Gastland-Aufsichtsbehörde zum Einfordern von Beschwerdemanagementreporten zu einer Zersplitterung der europäischen Aufsicht führen würde und dem Gedanken einer vereinheitlichten Aufsichtspraxis direkt und unmittelbar entgegenwirkt. Man mag sich überlegen, welche Aufsichtspraxis sich entwickelt, wenn jeder der derzeit 28 Mitgliedsstaaten durch seine eigene lokale Aufsichtsbehörde selbst Beschwerdemanagementsysteme vor Ort einfordert, die neben dem im Heimatland durch die dortige Aufsichtsbehörde ebenfalls geforderten Beschwerdemanagementsystem bestehen.

Gericht entscheidet gegen BaFin

Bereits 2013 erließ die BaFin eine Sammelverfügung betreffend die Einrichtung einer Beschwerdemanagementfunktion gegen die in einem anderen europäischen Mitgliedsland registrierten Versicherungsunternehmen für deren grenzüberschreitende Tätigkeit im deutschen Raum. Der Rechtsstreit zog sich zunächst über das Widerspruchsverfahren. Die BaFin erließ einen Widerspruchsbescheid, mit dem sie ihre ursprüngliche Anordnung im Wesentlichen aufrechterhielt. Es wurden Klagen zum Verwaltungsgericht Frankfurt erhoben mit der Begründung, dass die BaFin hierdurch ihre Rechtsaufsicht überschreite, ein Missbrauchstatbestand schon offensichtlich nicht vorlag und deshalb auch die Anordnung der BaFin nicht erfolgte, um eine Missbrauchssituation abzuwenden. Zudem sei die Anordnung der BaFin unverhältnismäßig und ermessensfehlerhaft. Das Verwaltungsgericht Frankfurt folgte diesen Argumenten, entschied, dass die Anordnung der BaFin rechtsfehlerhaft erfolgt sei und hob sie daher auf.

Reine Rechtsaufsicht im Gastland

Im Interesse einer in Europa zu vereinheitlichenden Verwaltungspraxis der Versicherungsunternehmen ist diese

Entscheidung sehr zu begrüßen. Die Fachaufsicht liegt auch weiterhin uneingeschränkt bei den Aufsichtsbehörden der Heimatländer der Versicherungsunternehmen. Von dort wird, was in dem Rechtsstreit unstrittig blieb, ebenfalls die Einrichtung und das ordnungsgemäße Funktionieren einer Beschwerdemanagementfunktion eingefordert. Eine solche noch parallel in jedem Gastland bei Tätigwerden im Rahmen der Dienstleistungsfreiheit oder per Niederlassung zu fordern, würde in der Etablierung von differenzierten Verwaltungspraktiken wohl auch zu widersprüchlichen Ergebnissen führen. Um dies zu vermeiden, ist es erforderlich, die Gastland-Aufsicht auf eine reine Rechtsaufsicht zu beschränken.

Verlässliche und europaweit einheitliche Verwaltungspraxis nötig

Diese Rechtsfrage ist bisher erstinstanzlich zugunsten der klagenden ausländischen Versicherungsunternehmen in einem Pilotverfahren entschieden worden. Soweit bekannt, hat es ähnlich gelagerte Prozessaktivität bisher auch von anderen Versicherungsunternehmen aus anderen Mitgliedsstaaten nicht gegeben. Das Potenzial für ähnlich gelagerte Rechtsstreitigkeiten aus anderen Mitgliedsstaaten gegenüber der BaFin besteht jedoch. Deshalb ist die Angelegenheit von grundsätzlich europarechtlichem Belang, da es für eine Vereinheitlichung der europäischen Aufsicht von Bedeutung ist, solche Rechtsfragen für alle Mitgliedsländer möglichst einheitlich zu behandeln und an eine verlässliche, einheitlich etablierte Verwaltungspraxis zu knüpfen.

Die Angelegenheit hat auch deshalb nachweislich europarechtlichen Belang, da die gemäß § 61 VAG europarechtlich garantierte Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit durch eine fälschlich verstandene und deshalb überzogene Missbrauchsaufsicht der Gastland-Aufsichtsbehörde die Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit der betroffenen Unternehmen unmittelbar tangiert, weshalb ein Vorabentscheidungsverfahren gemäß Art. 267 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) angeregt wurde. Es bleibt abzuwarten, ob diese Entscheidung nun rechtskräftig oder doch bis zum Europäischen Gerichtshof transportiert wird. ■



Von Jens-Dietrich Sprenger LL.M., Fachanwalt für Versicherungsrecht bei Sprenger Rechtsanwälte

Dr. Adams & Associates

Maklerbestände und Maklerunternehmen gesucht

für bundesweit vorgemerkte bonitätsstarke Kaufinteressenten. Bei absoluter Diskretion und Vertraulichkeit sind wir spezialisiert auf:

- die Vermittlung von Versicherungs- und Investmentbeständen
- die Nachfolgeregelungen für etablierte Versicherungsmaklerunternehmen
- die Finanzierung von Bestands- und Unternehmenskäufen

Dr. Adams & Associates GmbH & Co KG - www.AaP-International.com - Tel. + 49 (0) 6196 - 400 108

**Wir kaufen bundesweit Ihren
„Privatkunden-Einzelversicherungsbestand“**

- Direktankauf von Versicherungsmakler zu Versicherungsmakler - Keine Vermittlung -

Assekuranz Kontor Berlin GmbH · Feldstraße 17, 18528 Bergen
Ansprechpartner: Alexander Weber · E-Mail: aweber@akb-assekuranz.com



Neu im AssCompact Online-Stellenmarkt

»» 14.08.2017
Freiberufliche Mittelstandsberater (m/w) bundesweit
BVMW e. V.
Berlin

»» 10.08.2017
Traineeprogramm für Juniorpartner (m/w)
VEMA eG
Karlsruhe

»» 07.08.2017
Legal – sprachbegabte versicherungsaffine Juristin oder Jurist, in NRW
Jan Hauke Krüger | Headhunter
Hamburg

»» 07.08.2017
Angestellte Versicherungskaufleute (m/w) für verschiedene Regionen in Baden-Württemberg gesucht
DWMB GmbH - Personalberatung
Bad Saulgau

» News

Makler plädieren für Datenbank zu Kfz-Schadenfreiheitsrabatten

Die Recherche nach ruhenden und aktiven Schadenfreiheitsrabatten in der Kfz-Versicherung gestaltet sich Versicherungsvermittlern zufolge oft sehr mühsam. Nun appelliert eine Gruppe von Maklern an die Versicherer und an den GDV, mithilfe einer Datenbank die Suche zu beschleunigen und eine Übersicht zu ermöglichen.



» Gute Ideen scheitern wie so oft an der Bürokratie und das Wort „Datenschutzrechtliche Bedenken“ kann ich nicht mehr hören! Einfach alle Kunden anschreiben, ob sie damit einverstanden sind [...] Das kostet zwar einmal Geld, aber wie viel Geld und Zeit kostet die Warterei bei den Hotlines der Versicherer und wieviel kosten diese zig 100.000 Anrufe pro Jahr die Versicherer und Makler?

Viele Fondsgesellschaften nicht ausreichend für MiFID 2 gerüstet

MIFID 2 rückt mit großen Schritten näher. Ein Großteil der Fondsgesellschaften fühlt sich aber laut einer aktuellen Studie noch immer schlecht dafür gerüstet. Eine deutliche Mehrheit sieht sogar ein hohes bis mittleres Risiko, dass sie die MIFID-2-Regeln nicht bis zum Start einhalten können.



» [...] Aus Kundensicht ist die Qualität des Beraters entscheidend. Die ist längst geregelt und das war auch erforderlich. Ob der Kunde nun die Vergütung in Form eines Honorars oder einer Provision bezahlt, ist nicht allzu wichtig. Das gilt insbesondere, wenn der Berater über eine Fondsplattform verfügt. Wenn die Märkte geregelt werden sollen, um Finanzkrisen zu verhindern, sind nicht die Vermittler und Kunden das Ziel.

» Facebook

AssCompact
GDV-Urteil zur Berechnung des BU-Grades
Rechtsprechung/WFM

BERUFSUNFÄHIGKEIT

Berechnungsgrundlage des BU-Grades
Für den Bereich des Leistungsfalls sind in den Versicherungsbedingungen oftmals ein 50-prozentiger Grad an Berufsunfähigkeit versichert. Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte indes darüber zu entscheiden, wann dieser...

AssCompact Mehr dazu

Teilen

AssCompact
Vorsorgeberatung haben immer mehr Makler auf ihrer Agenda
https://go.g/Word9F
AssCompact

Makler haben Vorsorgeberatung fest im Blick

Patientenverfügung, Vorsorgevollmacht, Sorgerechtsverfügung, Nachlassregelung, Finanzische Existenzvorsorge – all diese Themen haben laut einer Moneta-Umfrage immer mehr Makler auf ihrer Agenda. Nachfolgend...

AssCompact Mehr dazu

» Veranstaltungskalender

06.09.2017
17. PKV-Forum
Continental WaG
Köln

07.09.2017
VII. Schlossforum
Von Buddenbrock Gruppe
Essen

12.09.2017
Fach- und IT-Architekturtag der Versicherungswirtschaft
zeitsprung GmbH & Co. KG
Pforzheim

13.–14.09.2017
Kongress: CyberRisks 2017
MCC – Management Center of Competence
Bonn

19.09.2017
Aktionstag Grüne Altersvorsorge
AssCompact und Mehrwert GmbH
Ladenburg

21.09.2017
9. Jahrestagung der IPV-Akademie – Die Fachtagung zu Themen der Alters- und Gesundheitsvorsorge
Industrie-Pensions-Verein e. V.
Berlin

Informieren und kommentieren unter www.asscompact.de

Ansehen unter www.facebook.com/AssCompact

Weitere Veranstaltungen unter www.asscompact.de/kalender

Verlag & Herausgeber:

bbg Betriebsberatungs GmbH
Postfach 10 02 52
95402 Bayreuth

Tel. 0921 757580
Fax 0921 7575820
E-Mail info@bbg-gruppe.de, info@asscompact.de
Web www.bbg-gruppe.de, www.asscompact.de



Geschäftsführende Gesellschafter:

Dieter Knörner, Jürgen Neumann

Mitglied der Geschäftsleitung:

Konrad Schmidt (ppa.)

Chefredaktion:

Brigitte Horn

Redaktion:

Adele Dietl, Sabine Greiner, Michael Herrmann, Kathleen Keßler, Tina Kirchner, Stefanie Seeger, Toni Verena Seibert

Anzeigenleitung:

Sven Jeron

Grafik:

Nina Melzner, Andrea Olbert, Angela Völker



Mediadaten: www.asscompact.de

Pressemitteilungen an: redaktion@asscompact.de

Kostenpflichtiger Bezug: Heftpreis 3,80 € zzgl. MwSt.

Schlusskorrektur:

correctus e. K.
Bernd Gössel
Flößaustraße 130
90763 Fürth
Tel. 0911 5209560
Fax 0911 5209561
E-Mail: info@correctus.de

Druck & Verarbeitung:

westermann druck GmbH
Georg-Westermann-Allee 66
38104 Braunschweig
Tel. 0531 708501
Fax 0531 708599
E-Mail: westermann_druck@westermann.de

Bilder: www.fotolia.com

Ausgabe 09/2017

Die dargelegten Informationen unterliegen einer besonderen Dynamik. Aus diesem Grund können weder Verlag noch Redaktion eine Haftung für die Richtigkeit des Inhaltes übernehmen, es sei denn, es besteht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Verfassers wieder. Für den Inhalt ist der Verlag nicht verantwortlich. Der Inhalt dient lediglich der Unterrichtung und ist keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren. Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Alle Urheber- und Verlagsrechte, insbesondere im Hinblick auf jede Art der Vervielfältigung, bleiben vorbehalten. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Das gilt auch für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigungen auf CD-ROM oder ähnlichen Datenträgern.

Assekuranz

Jawed Barna

Zurich Deutscher Herold
Lebensversicherung AG
Poppelsdorfer Allee 25 – 33
53115 Bonn
Tel. 0228 26801
www.zurich.de service@zurich.de

Tobias Bailer

PS-Pension Solutions GmbH
Allee am Röthelheimpark 11
91052 Erlangen
Tel. 09131 970050
www.pension-solutions.de info@pension-solutions.de

Ronny Knoll

Ammerländer Versicherung VVaG
Bahnhofstraße 8
26655 Westerstede
Tel. 04488 5295950
www.ammerlaender-versicherung.de info@ammerlaender-versicherung.de

Dr. Stefan Knoll

DFV Deutsche Familienversicherung AG
Reutenweg 47
60323 Frankfurt am Main
Tel. 069 9586969
www.deutsche-familienversicherung.de service@deutsche-familienversicherung.com

Andreas Krause

AIG Europe Limited
Direktion für Deutschland
Speicherstraße 55
60327 Frankfurt am Main
Tel. 069 971130
www.aig.de info.deutschland@aig.com

Lucas Müller

Elips Life AG
Zweigniederlassung Deutschland
Köln Turm, Im Mediapark 8
50670 Köln
Tel. 0221 99309800
www.elipslife.com compliance@elipslife.com

Christian Pape

Thomas Primnitz
AXA Konzern AG
Colonia-Allee 10–20
51067 Köln
Tel. 0800 3203205
www.axa.de info@axa.de

Dr. Thomas Wiesemann

Allianz Deutschland AG
Königinstraße 28
80802 München
Tel. 089 38000
www.allianz.de info@allianz.de

Sonderthema Kfz-Versicherung

Andrej Cacic

Das Fraunhofer Institutszentrum Stuttgart IZS
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart
Tel. 0711 9700
www.fraunhofer.de info@zv.fraunhofer.de

Rainer Gelsdorf

Württembergische Vertriebspartner GmbH
Rotenbühlplatz 20b
70173 Stuttgart
Tel. 0711 6620
www.wuerttembergische-makler.de info@wuerttembergische-makler.de

Alina Sucker

Hiscox Europe Underwriting Limited
Zweigniederlassung für Deutschland
Arnulfstraße 31
80636 München
Tel. 089 545801100
www.hiscox.de hiscox.info@hiscox.de

Fredrik Waller

Itzehoer Versicherung
Itzehoer Platz
25521 Itzehoe
Tel. 04821 7730
www.itzehoer.de info@itzehoer.de

Finanzen

Daniel Hering

PROCHECK24 GmbH
Landshuter Allee 8
80637 München
Tel. 089 244185350
www.procheck24.de info@procheck24.de

Joachim Leuther

BS Baugeld Spezialisten AG
Feringastraße 13a
85774 München-Unterföhring
Tel. 089 121033100
www.baugeld-spezialisten.de anfrage@baugeld-spezialisten.de

Investment

Johannes Anschott

Commerz Real AG
Helfmann-Park 5
65760 Eschborn
Tel. 0611 71050
www.commerzreal.com cr@commerzreal.com

Klaus S. Dauer

APC Group SA
Quai Gustave-Ador 18
Geneva 1207
Schweiz
Tel. 0041 22707 7330
www.asiaplantationcapital.com klaus.dauer@asiaplantationcapital.com

Alexander Mozer

ÖKOWORLD AG
Itterpark 1
40724 Hilden
Tel. 02103 9290
www.oekoworld.com info@oekoworld.com

Peter Nonner

FIL Fondsbank GmbH
Postfach 11 06 63
60041 Frankfurt am Main
Tel. 069 77060200
www.ffb.de info@ffb.epost.de

Management & Vertrieb

Andreas W. Grimm

Resultate Institut für Unternehmensanalysen und Bewertungsverfahren GmbH
Landwehrstraße 61
80336 München
Tel. 089 943964 001
www.resultate-institut.de andreas.grimm@resultate-institut.de

Sarah Hesse

BROCKHAUS AG
Pierbusch 17
44536 Lünen
Tel. 0231 98750
www.brockhaus-ag.de info@brockhaus-ag.de

Dr. Claudia Hilker

Hilker Consulting
Berger Straße 23
40213 Düsseldorf
Tel. 0211 6000614
www.hilker-consulting.de info@hilker-consulting

Henning Plagemann

Sopra Steria GmbH
Hans-Henny-Jahnn-Weg 29
22085 Hamburg
Tel. 040 227030
www.soprasteria.de info.de@soprasteria.com

Steffen Ritter

Institut für Versicherungsvertrieb
Markt 5
06526 Sangershausen
Tel. 03464 2797730
www.ivv-beratung.de info@ivv-beratung.de

Hans-Ludger Sandkühler

SANDKÜHLER SCHIRMER Rechtsanwälte
Hellweg 8
44787 Bochum
Tel. 0234 520060350
www.sandkuehler-schirmer.de info@sandkuehler-schirmer.de

Sonderthema Vergütungsmodelle

Prof. Dr. Matthias Beenken

Fachhochschule Dortmund
Emil-Figge-Straße 44
44227 Dortmund
Tel. 0231 7554970
www.fh-dortmund.de matthias.beenken@t-online.de

Heiko Reddmann

Honorarkonzept GmbH
Von-Bar-Straße 2/4
37075 Göttingen
Tel. 0551 4882966
www.honorarkonzept.de service@honorarkonzept.de

Steuern & Recht

Lutz Arnold LL.M.

Anwaltskanzlei Arnold
Prager Straße 3
01069 Dresden
Tel. 0351 42640620
www.anwaltskanzleiarnold.de info@anwaltskanzleiarnold.de

Dr. Hans-Georg Jenssen

Verband Deutscher Versicherungsmakler e. V.
Cremon 33/34
20457 Hamburg
Tel. 040 3698200
www.vdvm.de vdvm@vdvm.de

Peter Maier

BVI Bundesverband Investment und Asset Management e.V.
Bockenheimer Anlage 15
60322 Frankfurt am Main
Tel. 069 1540900
www.bvi.de info@bvi.de

Jens-Dietrich Sprenger LL.M.

Sprenger Rechtsanwälte
Prüfeninger Schloßstraße 2a
93051 Regensburg
Tel. 0941 3810850
www.sprenger-law.com office@sprenger-law.com

Immer dabei: Die AssCompact als App



Mit der AssCompact App überall umfassend informiert:

- » intelligente Suche – finden Sie schnell alle für Sie relevanten Artikel
- » Favoritenauswahl – lesen Sie Artikel bequem zu einem späteren Zeitpunkt
- » themenbezogenes Nachschlagen – nutzen Sie die AssCompact-Bibliothek
- » intuitives, modernes Design – behalten Sie ganz einfach die Übersicht

Jetzt kostenfrei bei iTunes oder Google Play downloaden!



AssCompact
Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement



VORBEZIEHEN, WENN ANDERE AUSFALLEN!

Vertrauen Sie den leistungsstarken
i-CPPI Riester- und fondsgebundenen
Produkten der WWK.

- fondsgebundene Riester-Rente der nächsten Generation
- kurze Mindestlaufzeit und maximale Anlagechancen am Kapitalmarkt
- attraktive Verdienstmöglichkeiten für Ihren Erfolg

WWK
VERSICHERUNGEN

BESTER SERVICE

ANALYSE JUNI 2019
Die 100 größten
deutschen Versicherer
im Online-Check
(08 15 287 19)

on n-tv
www.n-tv.de/100BESTER

100

WWK VERSICHERUNGEN Vertriebsberatung: 089/51 14 20 00 oder info@wwk.de



WWK
Eine starke Gemeinschaft