

AssCompact

FACHMAGAZIN FÜR RISIKO- UND KAPITALMANAGEMENT

08 | 2025 · 3,80 Euro

www.asscompact.de

AssCompact AWARD

Die Favoriten der Makler im
gewerblichen Schadengeschäft

Dr. Adams

Marktmonitor 2025
zur Maklernachfolge

Sonderthemen

Firmenversicherung
Schadenregulierung



Stabwechsel bei der Stuttgarter: Strategisch stark mit Fokus auf Qualität

Ralf Berndt und Jesko Kannenberg,
Vorstände Vertrieb, Marketing und
betriebliche Altersversorgung bei der Stuttgarter

Allianz 

Die perfekte
Absicherung
für junge
Erwachsene!

Weil „immer funktionieren“ nicht immer funktioniert.

Die Allianz Arbeitskraftsicherung: wertvoller Schutz, jetzt mit Assistance-Leistungen. Wir bieten mehr als nur eine Rente. Das Expertenteam unseres Kooperationspartners Relntra steht betroffenen Versicherten im Bedarfsfall zuverlässig zur Seite – auch unseren langjährigen Bestandskund:innen.



→ Mehr bei Ihrer Maklerbetreuung oder unter makler.allianz.de/immerfunktionieren



Wo bleibt die Kampagne?

Liebe Leserinnen und Leser,

welchen Stellenwert genießt **das Beratungsgespräch** bei einem Versicherungsmakler oder bei einer Versicherungsmaklerin in unserer Gesellschaft? Eine Frage, die ich mir in letzter Zeit nach Gesprächen mit Versicherern und Maklern des Öfteren gestellt habe. Wie komme ich darauf? Nun, unserer Branche gelingt es nach wie vor, Aufmerksamkeit auf zentrale Lebensrisiken zu lenken – Altersarmut, Langlebigkeit, Arbeitskraftverlust, aber auch auf Sachrisiken wie Schäden an Wohn- oder Betriebsgebäuden. Die Kommunikation dreht sich dabei oft um **das Was**, also um die Risiken selbst und die Lösungen, die schützen sollen.



Viel seltener aber wird **das Wie** in den Fokus gerückt und kommuniziert – nämlich die Beratung, die für die passende Versicherung sorgt. Dabei entscheidet nicht nur die bloße Existenz eines Versicherungsschutzes über die Qualität der Absicherung, sondern dessen angemessene Auswahl, Anpassung und kontinuierliche Überprüfung – gerade auch in einer Zeit, in der vermeintliche Standardlösungen zunehmend digital verfügbar sind. Und wo Qualität vorherrscht, ist auch **Verantwortung** ganz nah: Wer steht denn für die Qualität der empfohlenen Police ein? Wohl kaum eine KI, ein Vergleichsportal oder ein Influencer; wobei ich aber den Eindruck gewinne, dass Politik und Medien diese Kanäle durchaus als angemessene „Beratungsstellen“ erachten. Hauptsache schnell, einfach und billig.

Es wird also langsam Zeit, dass die Branche **das Wie** in den Vordergrund stellt. Denn der Weg zur angemessenen und passenden Absicherung führt nur über eines: **qualifizierte Beratung**. Warum also lässt die Kampagne so lange auf sich warten?

Die beiden Schwerpunkte dieser Ausgabe stehen sinnbildlich für den Wert qualifizierter Beratung. Deckungsengpässe und das Augenmerk auf Prävention machen Beratung in der **Firmenversicherung**, ab Seite 30, unverzichtbar. Und in der **Schadenregulierung**, ab Seite 58, braucht der Kunde erst recht einen professionellen Ansprechpartner an seiner Seite.

Ich wünsche Ihnen mit dieser Ausgabe ein informatives Lesevergnügen – und bleiben Sie uns gewogen.

Ihr

Dr. Alexander Ströhl

Chefredakteur | stroehl@asscompact.de

PS: Das Programm zur **DKM 2025** gewinnt an Kontur. Lesen Sie gerne in den DKM-News ab Seite 50, welches Kongressprogramm Sie in den Messehallen in Dortmund erwartet. Und mit dem täglichen **AssCompact Newsletter** sind Sie stets top informiert. Zur Anmeldung geht's auf asscompact.de.

Inhalt

PERSONEN

News 6

STUDIEN

Aktuelle Marktuntersuchungen ... 14

AssCompact AWARD „Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft 2025“:
Die Maklerfavoriten 16

ASSEKURANZ

News 18

Finanzielle Vorsorge für den
Nachwuchs im Fokus 24
Sascha Bassir, Baloise

Das Ende der Wachstumsillusion:
Warum Profitabilität für InsurTechs
jetzt überlebenswichtig ist 26
Payam Rezvaniyan, Finanzchef24

„Fitness-Check“ für die
Betreuungsstruktur 28
Fabienne Pittner und Gregor Morin,
zeb Consulting



AssCompact AWARD
„Gewerbliches Schaden-/
Unfallgeschäft 2025“:
Die Maklerfavoriten **16**

INVESTMENT

News 42

Finanzvertrieb 2025:
Was sich ändert und wie
Vermittler reagieren können 44
Stefan Schmitt, INNO INVEST

IMMOBILIEN

News 46

Steuerliche Chancen
durch Pflegeimmobilien 48
Sandro Pawils, Carestone

DKM-NEWS

DKM 2025: Innovation
durch Dialog 50

MANAGEMENT & VERTRIEB

News 72

KOLUMNE
Was sagt die Studie „Wert unab-
hängiger Versicherungsberatung“
überhaupt aus? 76
Hans-Ludger Sandkühler

„Unser wichtigstes Ziel ist, die
Kundennähe zu behalten“ 78
Interview mit Ralph Rockel, MRH Trowe

Marktmonitor 2025 zur
Maklernachfolge 80
Dr. Stefan G. Adams, Dr. Adams & Associates

SERIE NEW WORK
KI verändert die Arbeit –
aber wir gestalten sie 82
Daniela Nyarko, Canva

SERIE FEMSURANCE
Warum echte Beziehungen in
der Beratung von Frauen so
wichtig sind 84
Cornelia Frankenberg, ILMFINANZ

SERIE KI

KI im Maklervertrieb: Vom Buzz-
word zur Effizienzrevolution 86
Andreas Stollenwerk, msg for banking

KOLUMNE

Die Dopamin-Falle: Warum wir
Aufmerksamkeit verlieren 88
Andreas Wollermann, GENSurance®

Innovationen und inspirierende
Talks auf dem Makler-Summit
Süd-West 90

KOLUMNE

Brauche ich weitere Mitarbeiter
oder mehr KI? 92
Steffen Ritter, Institut Ritter

Vorsorge Forum in neuer
Aufmachung 94

STEUERN & RECHT

News 96

Die EU-Kleinanlegerstrategie
nimmt neue Fahrt auf 98
Anja C. Kahlscheuer, BVK

Der „Untervermittler“ im deutschen
Versicherungsmarkt 100
Christian Henseler, CGPA

„Wir fordern eine klare gesetzliche
Definition des unabhängigen
Versicherungsmaklers“ 102
Interview mit Nadine Romming, IGVM

KOLUMNE

Nachfolgeplanung: Die ehrlichen
Kosten einer GmbH 104
Andreas Grimm, bestandsmarktplatz.de

Editorial 3
Bücher 12
Impressum 106

Bitte beachten Sie die in dieser Ausgabe enthaltene
AssCompact Beilage von Baloise.

Flexibel. Umfassender Schutz.

Ein Vertrag.

Effizient, umfassend, nachhaltig:
Die **Helvetia Business MultiRisk
Versicherung** – Top-Schutz für über
800 KMU-Betriebsarten. Alle relevan-
ten Versicherungen in einem Vertrag,
schnell und einfach kalkuliert.

- **Innovationsversprechen:**
Schadenregulierung stets auf Basis
des neusten und besten Produktes
- **Update-Garantie** bei prämien-
neutralen Bedingungsverbesserungen
- **Prämienfreie Summen- und
Konditionsdifferenzdeckung:**
Leistungsstarker Schutz sofort
ab Antragstellung bis zu 12 Monate



einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung



TITEL
INTER
VIEW

Stabwechsel bei der Stuttgarter:
Strategisch stark mit Fokus auf Qualität

Siehe Ausklapper

S. 18

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in diesem Heft bei Personenbezeichnungen überwiegend das generische Maskulinum verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet insofern keine Wertung.

Sonderthemen

FIRMENVERSICHERUNG

Verantwortung wahrnehmen,
Chancen erkennen 30
Lisa Geldermann, AssCompact

Unterversicherung – eine unter-
schätzte Gefahr für die Existenz
von Unternehmen 32
Franziska Reuter, SV CUBE GmbH

KMU und die Evolution
von Cyberrisiken 34
Gesine Froese, Beazley

Mit der Gewerbenorm DIN 77235
zu mehr Erfolg 36
Dr. Klaus Möller, DEFINO

Neue Wege der Risikosteuerung am
Beispiel schwerer Sachrisiken 38
Dr. Alexander Skorna, Funk Consulting

Gewerbe- und Industrieversicherung
unter Druck: Warum Prävention jetzt
unverzichtbar wird 40
Thomas Billerbeck, BDVM, und
Dr. Manuela Wolf, Versicherungsforen Leipzig

SCHADENREGULIERUNG

Wer den Schaden hat... 58
Jennifer Schebella, AssCompact

Inflation, Lieferengpässe, Zinsen:
Was treibt die Schadenkosten? 60
Konrad Hahn, gvp

Welche gesetzlichen Verpflichtungen
im Schadenfall zu beachten sind ... 62
Stephan Michaelis, Kanzlei Michaelis

„Unbegründete oder gar syste-
matische Leistungsverzögerungen
duldet die BaFin nicht“ 65
Interview mit Julia Wiens, BaFin

AssCompact TRENDS II/2025:
Schadenregulierung 66
Dr. Mario Kaiser, AssCompact

„Ab und an springen wir sogar
selbst mit Kulanzzahlungen ein“ .. 68
Interview mit Michael Richthammer, Richthammer

„Eine gute Schadenregulierung ist
im Tiefbau nicht Kür, sondern
Pflicht“ 69
Interview mit Burkhard Brämer, bauass

Schadenmanagement 4.0: KI
revolutioniert die Bearbeitung 70
Daniel Kums, 3C Deutschland

Kuriose Kehrtwende bei den Versicherungsforen Leipzig

© Versicherungsforen Leipzig



Justus Lücke (o.),
Jens Ringel (M.),
Markus Rosenbaum (u.)

Im Juni hatten die Versicherungsforen Leipzig verkündet, dass Justus Lücke und Jens Ringel das Unternehmen Ende Juni verlassen würden und Markus Rosenbaum Justus Lücke und Jens Ringel das Unternehmen Ende Juni verlassen würden und Markus Rosenbaum vorerst alleinverantwortlich die Leitung übernehme. Nun hat hier aber eine Kehrtwende stattgefunden: Das Unternehmen teilt mit, dass „in einer Weiterentwicklung der bisherigen Pläne“ Lücke und Ringel dem Unternehmen als Geschäftsführer erhalten bleiben.

Rosenbaum wird zusätzlich zur Gesellschafter- und Geschäftsführertätigkeit bei den Versicherungsforen Leipzig noch eine eigenständige Gesellschaft in Köln gründen. Diese wird ihren Fokus auf Vernetzung und Begleitung von Top-Führungskräften in der Assekuranz setzen. Die Versicherungsforen Leipzig und die neu entstehende Einheit in Köln werden eng zusammenarbeiten. Im Zuge der strategischen Neuausrichtung wurde eine Vereinbarung über die künftige Eigentümerstruktur getroffen. Es geht dabei vor allem um ein Angebot von Rosenbaum, seine Gesellschaftsanteile an den Versicherungsforen Leipzig perspektivisch an Lücke und Ringel zu übertragen. Zudem soll die Führungsebene gestärkt werden. Deshalb wird die Geschäftsleitung um eine erweiterte Geschäftsführung mit Carolin Böhler und Kai Wedekind aus den eigenen Reihen ergänzt. (AC)

Vorstandswechsel bei der IDEAL

Marc Schwetlik wechselt zum 01.10.2025 von der Unternehmensgruppe die Bayerische in die Vorstände der IDEAL Versicherungsgruppe mit Ressortverantwortung Kapitalanlage und Beteiligungen. Er tritt die Nachfolge des 62-jährigen Karlheinz Fritscher an, der die IDEAL mit dem Auslaufen seines Vertrages zum 31.12.2025 verlassen wird. (AC)

GLOBAL-FINANZ AG ernennt neuen COO



© GLOBAL-FINANZ AG

Frank Wemheuer

Zum 01.09.2025 wird Frank Wemheuer beim Allfinanzdienstleister GLOBAL-FINANZ AG COO des Unternehmens. Der 45-Jährige wird zudem in den Vorstand berufen. Als COO ist Wemheuer Nachfolger von Ulrich Strotmann, der nach 32 Jahren zum 31.12.2025 ausscheidet. Gemeinsam mit Bernd Steinhart ist Wemheuer damit Teil des neuen Führungsduos der GLOBAL-FINANZ AG. (AC)

Alte Leipziger hat neuen Leiter bAV



© Dr. Thorsten Fischer

Dr. Thorsten Fischer

Zum 01.07.2025 ist Dr. Thorsten Fischer als neuer Leiter des Zentralbereichs betriebliche Altersversorgung bei Alte Leipziger Lebensversicherung gestartet. Gemeinsam mit den neuen Kolleginnen und Kollegen will Fischer den Zentralbereich bAV weiterentwickeln. (AC)

Vernetzen Sie
sich mit uns
auf LinkedIn:



Kompetenz die Vertrauen schafft. Zusammenarbeit die überzeugt.

**Wir setzen auf mehr
als nur Standard-
lösungen!**

Mit fachlicher Expertise, Zuverlässigkeit
und Vertrauen sind wir der Partner an Ihrer
Seite, der Sie bei maßgeschneiderten
Lösungen für Ihre Kunden unterstützt.

sv-makler.de

 **Sparkassen
Versicherung**

Finlex stärkt seinen Vertrieb



Johannes Höfflin (o.),
Torsten Troch (u.)

Mit der Besetzung zweier Schlüsselpositionen im Vertriebs soll die Plattform für Cyber- und Financial-Lines-Versicherungen Finlex weiter ausgebaut werden. Johannes Höfflin hat zum 01.07.2025 die Leitung des Sales- und Key-Account-Managementteams bei Finlex übernommen. In dieser Funktion verantwortet er die strategische Weiterentwicklung und den Ausbau der Vertriebsorganisation sowie die Intensivierung der Zusammenarbeit mit den größten Maklerpartnern. Er soll v. a. die Schlüsselkundenbetreuung stärken.

Torsten Troch wird sich als Practice Lead Business Development darauf konzentrieren, neue Geschäftsfelder zu erschließen, strategische

Allianzen auszubauen und innovative Vertriebsansätze zu etablieren. (AC)

LEUE & NILL erweitert Geschäftsführung



Andreas Faden

Andreas Faden wird zum 01.08.2025 Teil des Führungsteams der LEUE & NILL Gruppe. Mit diesem Schritt baut der Dortmunder Versicherungsmakler die Geschäftsführung weiter aus. In seiner neuen Position soll der 49-jährige Faden u. a. für die Weiterentwicklung der fachlichen Bereiche und die Steuerung der Beziehungen zu Versicherungs-

gesellschaften verantwortlich sein. (AC)

HonorarKonzept bekommt neuen Geschäftsführer



Andreas Müller

Bei der HonorarKonzept GmbH gibt es seit dem 01.07.2025 einen Neuzugang in der Geschäftsführung. Andreas Müller war bisher Geschäftsführer der Schwestergesellschaft myServiceKonzept GmbH und ist nun seit Juli in der Geschäftsführung des auf

Honorarberatung und versicherungsbasiertes Investmentgeschäft spezialisierten Servicedienstleisters vertreten. Die Ernennung zum Geschäftsführer erfolgt unter Vorbehalt der Eintragung im Handelsregister. (AC)

Markus Niederreiner geht zu Hypoport



Markus Niederreiner

Im März 2025 hat der Geschäftsführer und Hauptbevollmächtigte von Hiscox Deutschland, Markus Niederreiner, seinen Hut genommen. Nun wird er ab Mitte September Vorstand der Hypoport InsurTech AG, der zentralen Einheit für alle Versicherungsaktivitäten der

Hypoport SE, und CEO der Smart InsurTech AG, dem Marktplatz für Privat- und Gewerbeversicherungen im Hypoport-Netzwerk. Die Gruppe will mit der Personalie ein deutliches Signal setzen für die nächste Wachstumsphase und Weiterentwicklung ihrer Marktplatzstrategie im Versicherungsmarkt. Neben Niederreiner wurde Fabian Nadler zum 15.07.2025 in den Vorstand der Hypoport InsurTech AG berufen. Zusätzlich zu seiner Tätigkeit als Geschäftsführer der epension GmbH verantwortet er künftig auch das Teilssegment betriebliche Vorsorge für Hypoport InsurTech. Artur Reimer verantwortet im Vorstand der Hypoport InsurTech AG das Teilssegment Industrieversicherung und führt die corify GmbH weiterhin als CEO. (AC)

SÜDVERS beruft neuen Geschäftsführer



Christian Binder

Die SÜDVERS Gruppe hat Christian Binder zum neuen Geschäftsführer und Chief Financial Officer (CFO) der SÜDVERS Service und Management GmbH ernannt. In der Servicegesellschaft sind zentrale Funktionen innerhalb der Gruppe gebündelt, darunter Finanzen, IT, HR, Marketing & Kommunikation sowie Organisation. Seit Juli verantwortet Binder konzernweit den Finanzbereich. Er berichtet direkt an den geschäftsführenden Gesellschafter Florian Karle. (AC)

Änderungen im Vorstand der WGV Versicherung



Anja Emde

Seit dem 01.07.2025 gehört Anja Emde dem Vorstand der Württembergische Gemeinde-Versicherung a. G. (WGV), der WGV-Versicherung AG und der WGV-Lebensversicherung AG an. Im Führungsgremium hat die 50-Jährige künftig die Verantwortung für die Schadenabteilungen für Privat- und Kommunalkunden, den Vertragsservice Kommunal sowie den Vertrieb Kommunal und das Produktmanagement Kommunalkunden inne. Zudem leitet sie die Bereiche Personal, Vertrag und Leistung Lebensversicherung sowie Geldwäscheprävention und Datenschutz. Darüber hinaus ist sie als verantwortliches Vorstandsmitglied nach § 4 GwG und als Ausgliederungsbeauftragte bestellt. Im Vorstand folgt Emde auf Ralf Pfeiffer, der zum 30.06.2025 seinen Ruhestand angetreten hat. (AC)

ANZEIGE



ARAG Versicherung

Rechtsschutz über Generationen hinweg.

Seit 90 Jahren setzen wir uns mit innovativen Versicherungslösungen dafür ein, dass alle Menschen Zugang zum Recht erhalten – unabhängig von ihren finanziellen Möglichkeiten. Und darauf ist auch morgen noch Verlass!



MRH Trowe & Lurse stellt Managementteam neu auf

MRH Trowe & Lurse sieht Chancen, um die Markt- und Kundenbeziehungen auszubauen. Dazu stellt MRH Trowe & Lurse das Managementteam neu auf: Zum 01.07.2025 übernahm Norman Dreger als Sprecher des Managementteams die Gesamtverantwortung für MRH Trowe & Lurse. Bisher war er für internationales Consulting zuständig. Nun wird er auch das sechsköpfige Managementteam leiten und soll an der strategischen Positionierung von MRH Trowe & Lurse arbeiten.

Und es gibt eine Reihe weiterer personeller Veränderungen: Susanna Adelhardt, Vorstandsvorsitzende der Heubeck AG, wird im Managementteam die Verantwortung für die aktuariellen Themen übernehmen. Carsten Ganz wird Leiter des Bereichs Insured Pension & Benefits. Dr. Tina Heubeck übernimmt die Verantwortung für die Integration von MRH Trowe & Lurse und Heubeck sowie den Bereich Functions. Frank Zagermann führt gemeinsam mit Rainald Meyer den Bereich Administration, für Meyer gibt es außerdem weitere Leitungsaufgaben im Bereich Beratung mit Fokus auf den deutschen Markt. Maximilian Evers leitet den Bereich HR Consulting und Benchmarking. Matthias Edelmann, Vorstand von MRH Trowe, wechselt in den Aufsichtsrat. Edelmann bleibt Aufsichtsratsvorsitzender der Heubeck AG und Mitglied im Board of Directors des internationalen Benefits & Pensions Beratungsnetzwerks MBWL. (AC)

Carmen Röhr wird Teil der Geschäftsleitung bei hendricks



Carmen Röhr

Carmen Röhr ist Teil der Geschäftsleitung bei hendricks, wie der Spezialversicherungsmakler mitteilt. Der neue Bereich Internal Services & Quality Management wird auf Geschäftsleitungsebene angesiedelt. Röhr, Head of Internal Services & Quality Management, ist damit mit Wirkung zum 01.07.2025 in das Führungsgremium aufgestiegen. (AC)

ERGO: Lena Lindemann übernimmt Vorstandsressort



Lena Lindemann

Lena Lindemann, Vorstandsmitglied der ERGO Group AG, übernimmt zum 01.10.2025 das Vorstandsressort von Ulf Mainzer, Mitglied des Vorstands der ERGO Group AG. Diese Aufgabe kommt ihr zusätzlich zu ihrer jetzigen Funktion als Arbeitsdirektorin mit den

Bereichen Personal und Allgemeine Dienste zu. Sie verantwortet damit künftig auch die Bereiche Recht, Compliance, Einkauf und Corporate Governance der ERGO Group AG. Mainzer verlässt das Unternehmen nach 18-jähriger Zugehörigkeit zum Ende des Jahres auf eigenen Wunsch, wie ERGO mitteilt. (AC)

Änderungen in der Geschäftsführung von Pangaea Life



Heiko Reddmann

Ab Oktober wird Heiko Reddmann dritter Geschäftsführer der Pangaea Life GmbH. Er tritt die Nachfolge von Daniel Regensburger an, der Anfang des Jahres in die Schweiz zur Pangaea Life Capital Partners AG (PLCP) gewechselt ist. Somit wird die Pangaea Life GmbH

künftig von dem Führungstrio Uwe Mahrt, Achim Steinhorst und Heiko Reddmann geführt. Bei der Pangaea Life GmbH, einer Tochtergesellschaft der Versicherungsgruppe die Bayerische, übernimmt Reddmann die Verantwortung für die strategische Weiterentwicklung des Vertriebs- und Produktgeschäfts. Mit dem Wechsel an der Spitze stelle sich Pangaea Life wieder breiter auf – und bleibe dabei weiterhin fokussiert auf echte Sachwerte, transparente Produkte und eine starke Verankerung in der Beratung, heißt es. (AC)

Die verbesserte Betriebshaftpflicht von AXA

Firmenkundengeschäft auf neuem Niveau

**Passgenaue Absicherung:
umfassend, leistungsstark,
auf den Punkt**

Unternehmen stehen heute vor vielfältigen Herausforderungen – und Makler:innen vor der Pflicht, ihren Gewerbekunden maßgeschneiderte Lösungen zu bieten. „In einer Zeit, in der Unternehmen mit vielfältigen Herausforderungen konfrontiert sind, bieten wir mit unserer überarbeiteten Profi-Schutz Haftpflichtversicherung branchenorientierte und maßgeschneiderte Lösungen“, sagt Dr. Marc Daniel Zimmermann, Sachversicherungsvorstand bei AXA Deutschland. „Diese haben wir auf die individuellen Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden abgestimmt. Neben dem Produkt selbst haben wir auch die Prozesse und Abläufe für unsere Vertriebspartner verbessert, was einen wichtigen Beitrag zu unserer Wachstumsstrategie im Firmenkundengeschäft darstellt.“

**Stark in der Basis,
flexibel im Detail**

Mit der verbesserten Profi-Schutz Haftpflichtversicherung von AXA sind Ihre Firmenkunden optimal abgesichert. Mit der allgemeinen Deckung profitieren sie von einem breiten Leistungsspektrum. Das neue Produkt von AXA ist darüber hinaus an die spezifischen Anforderungen verschiedener Branchen angepasst. Ob Gastronomie, Hotellerie, Handel, Handwerk, Dienstleistungen, freie Berufe, Land- oder Forstwirtschaft, Baugewerbe, Heilwesen, Vereine oder Gemeinden – es liefert Firmenkunden den Versicherungsschutz, den sie brauchen.

**Heute abschließen,
für die Zukunft abgesichert**

Die Komfortklausel als weiteres wichtiges Leistungsmerkmal rundet den umfassenden Versicherungsschutz ab. Sie sichert

zukünftige Leistungsverbesserungen automatisch und beitragsstabil zu. Auf Wunsch gilt der Versicherungsschutz des Vorversicherers für die nächsten 5 Jahre. Für Ihre Kund:innen bedeutet das langfristige Sicherheit.

**Einfach beraten,
professionell unterstützt**

Das überarbeitete Produkt dient als leistungsstarker Teil des Angebotsportfolios. Denn AXA als einer der größten Firmenversicherer am deutschen Markt hat jahrzehntelange Erfahrung in der Firmenkundenabsicherung. So haben Sie einen zuverlässigen Partner an Ihrer Seite.

Weitere Informationen unter
axa-makler.de



**Ihr Business,
unser Maßstab!**

Beste Beratung für Firmenkunden. Mit der verbesserten
PROFI-SCHUTZ HAFTPFLICHTVERSICHERUNG.

Know You Can

Bücher



KI für kluge Kommunikation

WIE SIE IHRE RHETORIK-SKILLS MITHILFE KÜNSTLICHER INTELLIGENZ VERBESSERN

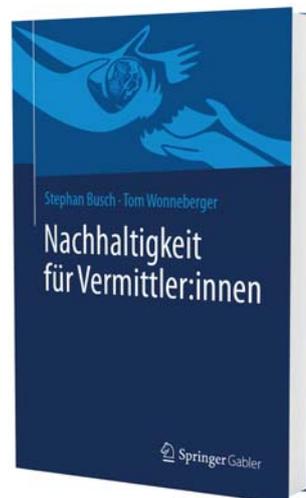
Wie wirkt sich künstliche Intelligenz (KI) auf unsere Kommunikation aus? Kann die neue Technologie dabei helfen, überzeugender zu sprechen und zu schreiben, oder verliert unsere Kommunikation dadurch an Authentizität? Für die Autorin Anita Hermann-Ruess ist KI ein strategisches Werkzeug, das die Kommunikation revolutioniert. „Doch die wahre Stärke der KI entfaltet sich erst in den Händen, die sie klug und zielgerichtet steuern“, so die Autorin. In ihrem Buch zeigt sie auf, wie sich KI von der kreativen Ideenfindung über strukturierte Präsentationen bis hin zu strategischen Verhandlungen gezielt einsetzen lässt. Es geht darum, wie man mithilfe von KI präzise und kreative Texte entwickeln, rhetorische Stilmittel bewusst verwenden und sich auf herausfordernde Gespräche effizient vorbereiten kann. Es geht darum, die eigenen menschlichen Stärken wie Intuition, Kontextwissen und Ethik mit der Schnelligkeit und dem Datenfundus von KI zu verbinden. (AC)

AUTORIN: Anita Hermann-Ruess
VERLAG: GABAL
UMFANG: 224 Seiten
PREIS: 28,00 Euro
ISBN: 978-3-96739-254-8

Nachhaltigkeit für Vermittler:innen

In ihrem neuen Buch beschäftigen sich die Autoren Stephan Busch und Tom Wonneberger mit der Frage, was Nachhaltigkeit im Bereich von Finanzen und Versicherungen bedeutet. Die Mission der Verfasser – beide sind Betriebswirte mit dem Schwerpunkt Finanzwirtschaft/Versicherungen – ist, Menschen zu befähigen, mit ihrem Geld gesund und nachhaltig umzugehen. Die Neuerscheinung mit dem Titel „Nachhaltigkeit für Vermittler:innen“ besteht aus drei Teilen. Im ersten Teil geht es um theoretische Grundlagen und warum es wichtig ist, sich mit Nachhaltigkeit zu befassen. Im zweiten Teil widmen sich die Autoren den Strategien, wie die Transformation gelingen kann, vor allem im Hinblick auf eine nachhaltige Beratung. Im dritten Teil geht es um die praktische Umsetzung. Hier zeigen Busch und Wonneberger den Lesern konkrete Ansätze und Instrumente, eingebettet in einen Fahrplan, den Vermittler Schritt für Schritt durchgehen können. Am Ende bietet die Neuerscheinung schließlich noch einige Checklisten und Arbeitsblätter für die Praxis. (AC)

AUTOREN: Stephan Busch, Tom Wonneberger
VERLAG: SpringerGabler
UMFANG: 92 Seiten
PREIS: 44,99 Euro
ISBN: 978-3-658-46670-1





Vermögensschadenhaftpflicht

Von Experten.
Für Makler.
Mit Anspruch.

MARKEL



Markel ist ein weltweit führender Spezialversicherer für gewerbliche und berufliche Risiken, bei dem die Menschen im Mittelpunkt stehen.

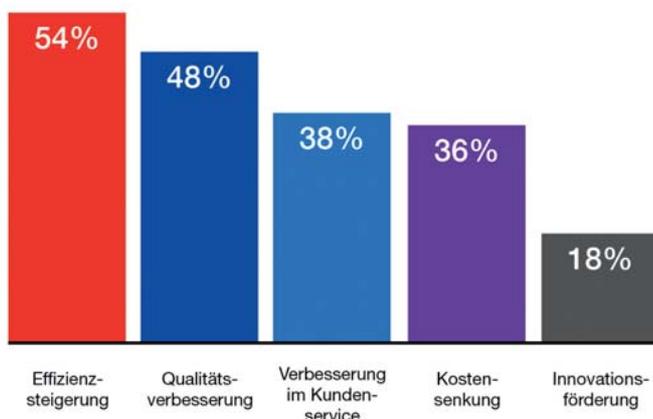
Vermögensschadenhaftpflicht:

IT
Medien
Berater
Dienstleister
Immobilien
E-Commerce

Dienstleister und KI: Risiken und Absicherung unterschätzt

Im Rahmen einer Studie im Auftrag von Hiscox wurden Anwender sowie (Mit-)Entscheider in deutschen Unternehmen des Dienstleistungssektors zum Einsatz von KI befragt – vom Freelancer bis zum großen Konzern. 54% aller Umfrageteilnehmer setzen aktuell regelmäßig auf KI, sei es in ersten Projekten (39%) oder bereits intensiv (15%). Weitere 21% haben vor, KI bald zu nutzen. Als bemerkenswert ist hervorzuheben, dass kein einziges befragtes Unternehmen KI für irrelevant hält. Als Hauptgründe für die Nutzung von KI nennen 54% der Befragten die Effizienzsteigerung, 48% wollen die Qualität erhöhen und 38% verfolgen die Verbesserung im Kundenservice. 36% erhoffen sich eine Kostenreduktion. Weitere 18% planen, durch KI Innovation zu fördern.

Top-5-Geschäftsziele der Unternehmen in Bezug auf KI



Welche Geschäftsziele sollen mit KI in Ihrem Unternehmen erreicht werden?

Quelle: Hiscox KI-Umfrage 2025

Wie die Hiscox-Umfrage weiter zeigt, ist das Bewusstsein ob der Risiken rund um die Nutzung von KI noch unzureichend ausgeprägt. Nur ein Viertel der Entscheider sagt, dass Unternehmen sei gegen Risiken im Zusammenhang mit KI versichert. Weitere 17% wollen sich absichern, 14% wiederum wissen nicht, ob ein entsprechender Schutz besteht. 15% glauben, dass eine Absicherung gar nicht möglich sei. (AC)

Vermittlerzahl sinkt unter 180.000, Maklerschaft legt zu

Der Versicherungsvermittlerschwund setzt sich fort. Die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) hat aktuelle Daten aus dem Vermittlerverzeichnis für das zweite Quartal 2025 vorgelegt. Demnach waren zum Stichtag 01.07.2025 insgesamt 179.923 Versicherungsvermittler nach § 34d GewO im Verzeichnis registriert. Das sind 961 weniger als zum Stichtag 01.04.2025.

Vom Vermittlerschwund betroffen sind abermals v. a. die gebundenen Versicherungsvertreter nach § 34d Abs. 7 GewO. Ihre Zahl hat sich in den vergangenen drei Monaten von 101.004 Eintragungen auf 99.797 verringert – ein Rückgang von 1.207 Eintragungen.

Eine Verringerung zeigt sich auch bei den Versicherungsvertretern mit Erlaubnis nach § 34d Abs. 1 GewO. Anfang Juli verzeichnete das Register 27.157 Eintragungen und damit 73 weniger als noch Anfang April.

Bei den Versicherungsmaklern hat sich im zweiten Quartal der Abwärtstrend der beiden vorangegangenen Quartale nicht fortgesetzt. Die Zahl der Makler hat von 46.546 auf 46.771 zugelegt. Das ist ein Plus von 225.

Nach oben ging es bei den Eintragungen der produktakzessorischen Vertreter (Versicherungsvertreter mit Erlaubnisbefreiung nach § 34d Abs. 6 GewO): Ihre Zahl hat sich von 5.248 Eintragungen auf nun 5.307 erhöht. Ebenfalls mehr Eintragungen weist die Online-Statistik bei den produktakzessorischen Maklern auf (Versicherungsmakler mit Erlaubnisbefreiung nach § 34d Abs. 6 GewO). Anfang 2025 waren es 530 Eintragungen, zum Stichtag 01.07.2025 waren es 567.

Bleibt noch der Blick auf das an sich kleine Lager der Versicherungsberater: Ihre Zahl hat sich geringfügig von 326 auf 324 verringert. (AC)

Ihr Fels in der Brandung.

 **württembergische**

Der Komplettschutz für Maschinen

Ob stationär oder mobil: Unsere Maschinenversicherung schützt Ihre Kundinnen und Kunden zuverlässig vor den finanziellen Folgen von Ausfällen.

Individuell anpassbar, mit erweiterten Leistungen und zusätzlichen Einschlüssen – für passgenauen Schutz, der überzeugt.



wuerttembergische-makler.de/maschinenversicherung

Die Maklerfavoriten im gewerblichen Schaden- und Unfallgeschäft



Welche Anbieter erhalten den größten Anteil des gewerblichen Schaden-/Unfallgeschäfts von Versicherungsmaklern und Mehrfachagenten? Und mit welchen Produktgebern sind die Befragten besonders zufrieden? Antworten liefert die aktuelle Studie „AssCompact AWARD – Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft 2025“, die Marktanteile und Zufriedenheit systematisch erfasst und einordnet.

Die Absicherung von Unternehmen ist schnell mit hohen Versicherungssummen verbunden. Bereits kleine Fehler in der Beratung oder Lücken im Versicherungsschutz können im Schadenfall zu Unterversicherung oder fehlender Deckung führen.

Gerade in der gewerblichen Sachversicherung ist Unterversicherung ein häufig unterschätztes Risiko. Dass dieses Risiko im Beratungsalltag verbreitet ist, bestätigt die aktuelle Studie „AssCompact AWARD – Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft 2025“. Derzufolge stellen mehr als 80% der Befragten häufig oder gelegentlich eine Unterversicherung bei ihren Gewerbekunden fest. 6% registrieren sogar sehr häufig eine Unterversicherung. Als Hauptursachen nennen die Befragten vor allem, dass Kunden das Risiko, das es zu versichern gilt, generell unterschätzen. Hinzu kommen veraltete Versicherungssummen sowie der allgemeine Anstieg von Bau-, Maschinen- und

Materialkosten. Allerdings laufen Gewerbekunden auch dann in die Gefahr einer Unterversicherung, wenn das Geschäftsmodell erweitert wird, dabei aber nicht an die Versicherungslösung gedacht wird.

Regelmäßige Beratungsanlässe können hier für Abhilfe sorgen. Doch der Blick in die Studie zeigt, dass lediglich 40% der befragten Versicherungsmakler und Mehrfachagenten mindestens einmal jährlich den Anpassungsbedarf der Versicherungssummen beim Gewerbekunden aktiv überprüfen. Bei der Mehrheit (49%) geschieht diese Überprüfung nur alle zwei Jahre. 18% wiederum gaben an, dass sie etwaigen Anpassungsbedarf nur bei Vertragsänderungen checken, weitere 15% werden sogar nur auf expliziten Kundenwunsch dabei tätig.

Haftpflicht: Spitzenreiter stabil, dahinter viel Bewegung

Im Fokus der aktuellen Studie „Gewerbliches Schaden-/Unfall-

geschäft 2025“ stehen die Fragen, an welche Produktgeber die Befragten das meiste Geschäft vermitteln und mit welchem Anbieter sie besonders zufrieden sind. Dafür wurden aus dem gewerblichen Kompositgeschäft die Betriebs- und Berufshaftpflicht sowie das gewerbliche Sachversicherungsgeschäft herausgegriffen und analysiert.

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich im Ranking der Betriebs- und Berufshaftpflichtversicherer erneut einiges verschoben. Unverändert bleibt jedoch der Erstplatzierte an der Spitze. Auch in der Studie des Jahres 2025 vermitteln die befragten Versicherungsmakler sowie Mehrfachagenten das weitaus meiste Geschäft an die VHV. Der Versicherer mit Sitz in Hannover vereinigt rund 16% des Gesamtgeschäfts mit den Studienteilnehmern auf sich. Doch schon auf die weiteren Siegereppchen sind neue Anbieter vorgeückt, auch wenn es zwischen Rang 2 und Rang 5 ungemein eng zugeht.

DIE FAVORITEN LAUT MAKLER-VOTUM

Betriebs-/Berufshaftpflichtversicherung

Platz 1	VHV (1)
Platz 2	Allianz (8)
Platz 3	Die Haftpflichtkasse (5)
Platz 4	Hiscox (17)
Platz 5	R+V (4)
Platz 6	Baloise (10)
Platz 7	AXA (2)

Gewerbliche Sachversicherung

Platz 1	VHV (1)
Platz 2	AXA (4)
Platz 3	R+V (7)
Platz 4	Alte Leipziger (13)
Platz 5	Dialog (5)
Platz 6	Allianz (2)
Platz 7	Helvetia (8)

Basis des Rankings: Höhe des Geschäftsanteils; Vorjahresplatzierung in Klammern

Mit 7,2% des Gesamtgeschäfts klettert die Allianz auf Rang 2 vor, nachdem sie im Vorjahr lediglich auf Rang 8 gelegen hat. Auch der Haftpflichtkasse (Anteil 6,9%) gelingt eine leichte Verbesserung auf Rang 3. Den größten Sprung nach vorne macht allerdings Hiscox (Anteil: 6,7%). Der international tätige Versicherer sprint von Rang 17 im Vorjahr auf aktuell Platz 4. Federn lassen mussten dagegen die Versicherer R+V (Rang 5; Vorjahr Rang 4; Anteil 6,6%) und die AXA (Rang 7; Vorjahr Rang 2; Anteil 6,2%).

Sachversicherung: Top 10 sortieren sich neu

Und wer sind die Maklerfavoriten in der gewerblichen Sachversicherung? Auch in diesem Produktzweig innerhalb des gewerblichen Kompositbereichs dominiert die VHV mit einem Anteil von 15,3% des Gesamtgeschäfts unter den Studienteilnehmern die Rangliste. Auf Rang 2 folgt die AXA mit einem Anteil von 9,6%. Damit rückte der Anbieter noch ein Stück weiter im Ranking nach vorne. Das Siegertreppchen komplettiert die R+V auf Platz 3. Der Anteil des Versicherers mit Sitz in Wiesbaden liegt in der aktuellen Studie bei 8,9%. Den größten Sprung nach vorn machte die Alte Leipziger. Sie verbesserte sich um neun Plätze und liegt nun auf Rang 4 (Anteil: 7,7%). Helvetia (Anteil: 6,4%) kletterte einen Rang auf nun Platz 7 vor. Dagegen rutschte die Allianz (Anteil: 6,7%) in der aktuellen Auswertung von Rang 2 auf Rang 6 ab.

Diese Anbieter setzen die Qualitätsmaßstäbe

AssCompact beleuchtet in der Studie nicht nur, wer das meiste Geschäft im Maklermarkt macht, sondern auch, wie zufrieden die Befragten mit ihren Produktpartnern sind. Dazu bewerten die Befragten die Versicherer anhand von 14 Leistungskriterien. Diese Kriterien fließen mit unterschiedlicher Gewichtung in die Gesamtbewertung ein. In der aktuellen Studie wurden die „Schadenregulierung“, die „Produktqualität“ und die „Abwicklung im Neugeschäft“ von

DIE QUALITÄTSFÜHRER AUS MAKLERSICHT

Schadenregulierung

Betriebs-/Berufshaftpflicht	Gewerbliche Sachversicherung
Rhion	Rhion

Produktqualität

Betriebs-/Berufshaftpflicht	Gewerbliche Sachversicherung
Hiscox	HDI
VHV	

Abwicklung im Neugeschäft

Betriebs-/Berufshaftpflicht	Gewerbliche Sachversicherung
VHV	Rhion
	VHV

Basis des Rankings: Sieger der Top-3-Leistungskriterien nach Produktpartnern (bei Punktgleichheit in alphabetischer Reihenfolge)

Quelle: „AssCompact AWARD – Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft 2025“

den Befragten am stärksten gewichtet.

In der Betriebs- und Berufshaftpflichtversicherung setzen folgende Anbieter die Qualitätsstandards in den Top-3-Leistungskriterien: Die Schadenregulierung wurde von den Befragten bei Rhion am besten bewertet. Knapp dahinter liegen Helvetia und die SV Sparkassenversicherung. Bei der Produktqualität definieren Hiscox sowie die VHV die Standards im Wettbewerb, knapp vor Rhion und der SV Sparkassenversicherung. Und wer im Markt stellt die Befragten in puncto Abwicklung im Neugeschäft

besonders zufrieden? Auch in diesem Bereich ist die VHV die Benchmark.

In der gewerblichen Sachversicherung geben diese Anbieter die Richtung bei den Top-3-Leistungskriterien vor: Rhion definiert die Maßstäbe im Bereich der Schadenregulierung. In einem engen Rennen geht der 1. Platz in puncto Produktqualität an den HDI. Knapp dahinter rangieren die Alte Leipziger, Hiscox und die VHV. In der Abwicklung im Neugeschäft dominieren Rhion und VHV, ebenfalls knapp vor Concordia und R+V. •

Über die Studie

Die Online-Befragung zur Studie „AssCompact AWARD – Gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft 2025“ wurde vom 04.06.2025 bis 16.06.2025 durchgeführt. Nach einer Qualitätsprüfung flossen die Stimmen von 193 Vermittlerinnen und Vermittlern aus der Finanz- und Versicherungsbranche in die Stichprobe ein, die ein sehr gutes Abbild der Assekuranz- und Finanzvermittlerinnen und -vermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur darstellt. Die Studie kann zum Einzelpreis von 2.500 Euro zzgl. MwSt. erworben werden.

Ansprechpartner: Dr. Mario Kaiser

Telefonnummer: 0921 75758-33
E-Mail: kaiser@bbg-gruppe.de

Informationen zu allen weiteren AssCompact Studien sind unter asscompact-studien.de zu finden.

Zurich startet LV-Konsortialprodukt mit Allianz und IDEAL

Die Zurich Deutscher Herold Lebensversicherung AG hat ihr Produktportfolio um ein neues Kapitallebensversicherungsprodukt gegen Einmalbeitrag erweitert. Bei dem neuen Produkt steht die „maximale Sicherheit“ im Fokus, heißt es in einer Mitteilung. Es richtet sich vor allem an Kunden, die größere Geldbeträge aus Schenkungen oder Erbschaften kurz- bzw. mittelfristig sicher anlegen wollen. Eine garantierte Todes- sowie Erlebensfallsumme sowie mögliche Überschüsse sind in das Produkt integriert.

Das Produkt mit dem Namen KapitalLeben wird von einem Konsortium von vier Versicherern angeboten. Neben der Zurich Deutscher Herold ist auch noch die Zurich Life Legacy Versicherung AG, die Allianz Lebensversicherungs-AG und die IDEAL Lebensversicherung a. G. mit an Bord, jeweils mit einem Anteil von 25%. Konsortialführer und Ansprechpartner für alle Kundenanliegen ist die Zurich Deutscher Herold.

Mit dem Produkt reagiere man auf die „steigenden Anforderungen und Bedürfnisse der Kunden, die nach Anlagealternativen für ihr Vermögen“ suchen, erklärt der Versicherer. Es biete neben den inzwischen beliebteren fondsgebundenen Rentenversicherungen eine zusätzliche Anlageoption. „Nun bieten wir unseren Kunden eine einfache, bekannte und sichere Lösung“, erklärt Björn Bohnhoff, Vorstand Leben bei der Zurich Gruppe Deutschland. (AC)



Das Produkt KapitalLeben stellt „maximale Sicherheit“ in den Fokus.



LV 1871 feilt an Berufsunfähigkeitsversicherung

Die Lebensversicherung von 1871 a. G. München hat Neuerungen bei ihrer Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) bekannt gegeben.

Im Zuge der Änderungen hat die LV 1871 mehr als 200 Berufsbilder besser eingestuft und damit die Prämien für die betroffenen Kunden um bis zu 15% gesenkt. Besonders profitieren davon Handwerker, industrielle Fachkräfte und Arbeiter in MINT-Berufen.

Des Weiteren hat der Versicherer die Obergrenzen in der Nachversicherungs- und Karrieregarantie nach oben geschraubt. Das ist laut dem Unternehmen ein wichtiges Thema für Makler vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen am Arbeitsmarkt, denn zusammen mit der Obergrenze der Nachversicherungsgarantie steigt auch jeweils die Obergrenze der Karrieregarantie. Es könne hier um bis zu 600 Euro gehen.

Die Liste der versicherbaren Tätigkeiten wurde erweitert, beispielsweise Medizin- oder Umwelttechnologien, ESG-Manager oder Raumentwicklungsplaner. Auch für Studenten wurden mehrere neue Studienrichtungen hinzugefügt. (AC)

AssCompact

TITELINTERVIEW



**Stabwechsel bei
der Stuttgarter:
Strategisch stark mit
Fokus auf Qualität**

Ralf Berndt und Jesko Kannenberg

Stabwechsel bei der Stuttgarter: Strategisch stark mit Fokus auf Qualität

INTERVIEW MIT RALF BERNDT UND JESKO KANNENBERG, VORSTÄNDE VERTRIEB, MARKETING UND BETRIEBLICHE ALTERSVERSORGUNG BEI DER STUTTGARTER

Bei der Stuttgarter steht ein Generationswechsel beim Vertriebsvorstand an. Denn der langjährige Vorstand Ralf Berndt verabschiedet sich Ende August in den Ruhestand. Mit dem neuen Vertriebsvorstand Jesko Kannenberg setzt der Maklerversicherer konsequent auf eine klare Strategie: gesundes, organisches Wachstum und höchste Qualität für Geschäftspartner im Personenversicherungsgeschäft. Wie blickt Ralf Berndt auf seine Jahre bei der Stuttgarter zurück? Und welche Ideen treiben Jesko Kannenberg an?

Herr Berndt, wie ist Ihre Gefühlslage so kurz vor dem Ruhestand?

RALF BERNDT Meine Gefühlslage ist grundsätzlich positiv, viel Vorfreude. Nach fast 50 Jahren beruflicher Tätigkeit freue ich mich auf mehr Zeit für Familie und mich selbst. Aber natürlich wird auch noch der Moment mit Wehmut und Abschiedsschmerz kommen.

Herr Kannenberg, mit Ihnen geht die Stuttgarter in die Zukunft: Wie ist Ihre Gefühlslage so kurz vor der Übernahme der alleinigen Verantwortung?

JESKO KANNENBERG Aktuell sind wir noch bei der „Staffelstab-Übergabe“. Oft ist man im Vorfeld etwas kritisch: Wie wird das wohl, wenn der alte und neue Vorstand gleichzeitig da sind? Aber diese vier Monate, die Ralf und ich uns gemeinsam gegeben haben, waren Weltklasse. Rückblickend war das für mich ein echtes Geschenk. Ralf ist ein fachlich enorm starker Experte, von dem ich noch viel lernen konnte – quasi sein „Best-of“ aus 23 Jahren. Gleichzeitig lässt er mir den Raum, eigene Impulse zu setzen.

Herr Berndt, Sie blicken auf mehrere Jahrzehnte in der Versicherungsbranche zurück. Was hat sich aus Ihrer Sicht grundlegend verändert, zum Positiven wie zum Negativen?

RB Negativ ist die immer weiter ausufernde Regulierung und die damit verbundene Bürokratie. Der gesunde Menschenverstand sowie unternehmerisches Handeln im besten Sinne zählen kaum noch. Positiv bleibt die zentrale Rolle des „Faktors Mensch“ – persönliche Beziehungen zu Kunden, Vermittlern und Mitarbeitenden sind nach wie vor entscheidend und waren auch für mich immer eine große Motivation.

Der Blick in die Statistik zeigt: Sowohl bei den bAV-Verträgen als auch bei den Beitragseinnahmen bei Lebensversicherungen herrscht seit Jahren Stagnation. Verliert die Versicherungswirtschaft schleichend an Relevanz für die Gesellschaft?

RB Nein, das sehe ich nicht so. In der Tat ist der Verbreitungsgrad von Lebensversicherungen schon sehr hoch. Hinzu kommt auch ein verändertes

Anlageverhalten. Trotzdem besteht ein großes Wachstumspotenzial – vor allem in der bAV. Aber auch hier bräuchte es bessere Rahmenbedingungen: den Abbau von Bürokratie und die damit verbundene Steigerung der bAV-Attraktivität.

Sie waren 23 Jahre im Vorstand der Stuttgarter. Wie ist es, für einen Maklerversicherer tätig zu sein?

RB Für mich persönlich ist das eine der schönsten Aufgaben in unserer Branche. Man hat mit ausgeprägten Unternehmern zu tun, die außerordentlich professionell arbeiten. Außerdem wird man im positiven Sinne ständig gefordert, da man bei unabhängigen Vermittlern immer unmittelbar im Wettbewerb steht.

In Ihre Vorstandszeit fällt die Einführung der ersten deutschen Fondspolice mit Garantiebaustein. Wie hat dieses Produkt den Kurs der Stuttgarter geprägt – und welche Lehren lassen sich daraus für heutige Produktentwicklungen ziehen?

RB Die Einführung war ein echter Paradigmenwechsel, da bis dahin klassische Produkte im Fokus standen. Mit der Fondspolice konnten wir unsere Innovationskraft zeigen und einen klaren Wettbewerbsvorteil nutzen – wir gehörten zu den Ersten mit einem solchen Angebot und wurden dadurch auch extern ganz anders wahrgenommen. Eine zentrale Lehre daraus: Produktentwicklung ist entscheidend für den Markterfolg und ein dauerhaftes Thema. Nur mit Kontinuität und kurzen Innovationszyklen kann man sich dauerhaft erfolgreich im Markt etablieren.

Auch im Bereich Nachhaltigkeit hat sich die Stuttgarter frühzeitig positioniert. Bereits 2013 wurde eine „grüne“ Vorsorgelösung auf den Markt gebracht. Was war dabei aus Ihrer Sicht entscheidend – und wie wird das Thema künftig weitergetragen?

RB Schon vor meiner Zeit bei der Stuttgarter habe ich die erste klassische Rente mit nachhaltiger Kapitalanlage entwickelt – die Verbindung von Altersvorsorge und Nachhaltigkeit hat mich von Beginn an begeistert. Als das gesellschaftliche Interesse an

Umwelt und sozialer Verantwortung wuchs, wurde das große Potenzial dieses Themas immer deutlicher. Für mich war es daher logisch, auch bei der Stuttgarter ein entsprechendes Produkt einzuführen.

Nachhaltigkeit wird uns auch weiterhin massiv beschäftigen, da sie elementar für die Zukunft der Menschheit ist. Wir werden das Produkt daher im Einklang mit regulatorischen Vorgaben weiterentwickeln und unsere nachhaltigkeitsorientierte Ausrichtung als Unternehmen konsequent fortsetzen.

Herr Kannenberg, mit dem Zusammenschluss mit der SDK steht ein weiterer großer Schritt für die Stuttgarter an. Wie ordnen Sie diese Entwicklung ein – strategisch, aber auch kulturell?

JK Im Hinblick auf den Zusammenschluss mit der SDK sind wir sehr gut aufgestellt. Ich übernehme dort eine ganz neue Rolle: den Aufbau eines Gesamtvertriebs für unabhängige Vermittler inklusive SDK mit Fokus auf eine ganzheitliche Firmenkompetenz. Der Zusammenschluss eröffnet neue und zukunftsweisende Potenziale: Synergien in Vertrieb, IT, Produktentwicklung und Personal, eine breitere Basis für Innovationen – und nicht zuletzt eine stärkere Resilienz gegenüber regulatorischen und wirtschaftlichen Herausforderungen.

Insgesamt betrachtet ist das natürlich ein großes Projekt, das die Mithilfe jeder und jedes Einzelnen benötigt. Ein ganz zentraler Faktor ist eine gemeinsame Kultur, die nach und nach entstehen muss. Das Zusammenwachsen ist ein Prozess, den wir bereits begonnen haben, für den wir uns aber auch ausreichend Zeit nehmen möchten.

„Produktentwicklung ist entscheidend für den Markterfolg und ein dauerhaftes Thema. Nur mit Kontinuität und kurzen Innovationszyklen kann man sich dauerhaft erfolgreich im Markt etablieren.“

RALF BERNDT



Als mittelständischer Versicherer will die Stuttgarter der beste Qualitätsanbieter für Geschäftspartner sein, die sich auf das Thema Personenversicherung spezialisiert haben. Die Stuttgarter setzt damit auf gesundes, organisches Wachstum.

„Vorsorge ist und bleibt für viele Menschen wichtig. Wir sehen weiterhin ein starkes Neugeschäft und fokussieren uns auf Bestandswachstum. Verlässlichkeit und Stabilität bleiben auch in unsicheren Zeiten unser Aushängeschild.“

JESKO KANNENBERG

Was ist Ihnen persönlich wichtig im Führungsstil – und welche Unternehmenskultur möchten Sie in Ihrer neuen Funktion fördern?

JK Mir ist jederzeit bewusst, welche Verantwortung ich trage. Um dieser gerecht zu werden, setze ich bewusst auf ein starkes Umfeld aus kompetenten Führungskräften und Mitarbeitenden. Ich glaube an einen flachen, kooperativen Führungsstil, der auf einem konstruktiven Dialog und gemeinsamen Entscheidungen basiert. Wenn Menschen mit unterschiedlichen Blickwinkeln gemeinsam an einem Thema arbeiten, führt das meist zu fundierteren Ergebnissen – und erleichtert es mir, Verantwortung zu übernehmen.

Ein weiterer Schwerpunkt ist für mich die Personalentwicklung. Wirklich erfolgreich kann man nur mit starken Mitarbeitenden sein. Deshalb stelle ich mir immer die Frage: Wie kann ich Menschen darin unterstützen, ihre individuellen Stärken zu entfalten? Das bedeutet auch, keine Angst davor zu haben, dass Mitarbeitende in bestimmten Bereichen besser werden als man selbst. Im Gegenteil – genau das macht starke Führung aus.

Wo sehen Sie für die Stuttgarter die zentralen Herausforderungen in den nächsten fünf Jahren, insbesondere in der Altersvorsorge?

JK Als zentrale Herausforderungen sehe ich das unsichere politische Umfeld, die dadurch angespannte Wirtschaftslage und einen insgesamt umkämpften Markt. Das sind keine neuen Rahmenbedingungen, aber Einflüsse, die uns auch in Zukunft bewegen werden.

Doch gerade mit dem Blick in den Rückspiegel bleibe ich zuversichtlich. Denn Vorsorge ist und bleibt für viele Menschen wichtig. Wir sehen weiterhin ein starkes Neugeschäft und fokussieren uns auf Bestandswachstum. Verlässlichkeit und Stabilität bleiben auch in unsicheren Zeiten unser Aushängeschild.

Und wie möchten Sie das Profil der Stuttgarter als Altersvorsorgespezialist weiter schärfen, auch im Vergleich zu größeren Marktteilnehmern?

JK Wir setzen auf gesundes, organisches Wachstum. Als mittelständischer Versicherer streben wir keine Marktführerschaft an, sondern wollen der beste Qualitätsanbieter für Geschäftspartner sein, die sich auf das Thema Personenversicherung spezialisiert haben. Wir setzen also weiterhin auf hochwertige, qualitätsorientierte Arbeit. Gleichzeitig ist uns wichtig, unsere Produktpalette kontinuierlich weiterzuentwickeln und zu erweitern.

Welche Rolle wird die betriebliche Altersversorgung künftig im Geschäftsmodell spielen, auch im Zusammenspiel mit den Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern der Stuttgarter?

JK Ich sehe aktuell leider keine großen Reformbestrebungen und auch keine echte Reformfähigkeit bei dieser Bundesregierung. Deshalb bin ich überzeugt, dass diese „zweite Schicht“ der Altersvorsorge vor allem über Arbeitgeber weiter an Relevanz gewinnen wird – und das zu Recht. Das sinkende Rentenniveau und die steigende Relevanz zusätzlicher Vorsorgemaßnahmen, die über die gesetzliche Rente hinausgehen, sind maßgebliche Faktoren für ein weiteres Erfolgspotenzial der bAV.

Herr Berndt, welche Pläne haben Sie für die Zeit nach Ihrer Tätigkeit bei der Stuttgarter? Bleibt die Branche ein Teil Ihrer Zukunft oder beginnt ein ganz neuer Abschnitt?

RB Es beginnt ein völlig neuer Abschnitt. Ich möchte viel Zeit mit meiner Familie verbringen und mir Zeit für mich selbst nehmen, um z. B. mit Freunden zu segeln und Golf zu spielen. Der Branche bleibe ich nach heutigem Stand aber auch noch etwas erhalten – in überschaubarem Rahmen.

Was wird Ihnen beim Abschied aus dem Tagesgeschäft besonders fehlen?

RB Die Menschen! Meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die tollen Kolleginnen und Kollegen sowie die vielen wunderbaren Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner. •

HDI stellt umfassende BU-Neuerungen vor

Die HDI Lebensversicherung AG hat ein umfassendes Produktupdate an ihrer Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) EGO Top vorgenommen. Dabei nimmt der Versicherer besonders die Zielgruppe der jungen Menschen in den Fokus.

Unter den Neuerungen befindet sich die Einführung der Optionen „UpgradeJoker“ und „KarrierePlus“. Der UpgradeJoker verspricht maximale Flexibilität ohne erneute Risikoprüfung. Möchte ein junger Mensch einen anderen Beruf ausüben als beim Vertragsabschluss festgelegt, kann im Rahmen des UpgradeJokers eine Besserstellung der Risikogruppe geprüft werden, wobei eine Verschlechterung der bisherigen Absicherung ausgeschlossen ist. Zudem kann die Dynamik eingeschlossen bzw. erhöht werden sowie eine garantierte Rentensteigerung vereinbart werden.

Die Option „KarrierePlus“ bietet die Möglichkeit, die vereinbarte BU-Rente im selben Verhältnis zu erhöhen, wie das Einkommen steigt. Die Erhöhung der BU-Rente ist ohne erneute Risikoprüfung möglich, sobald die Nachversicherungsgrenze von monatlich 3.000 Euro erreicht wird, bis maximal 6.000 Euro monatlich.

In der Gesundheitsprüfung wurden mehrere Fristen erhöht, und ein neues Tarifierungsmerkmal berücksichtigt künftig den Raucher- bzw. Nichtraucherstatus. Zudem hat der Versicherer mit „FUTURE 2 Go“ eine Gesundheitsprüfung für Menschen unter 30 Jahren entwickelt, die nur fünf speziell auf die Zielgruppe zugeschnittene Fragen enthält und für eine monatliche BU-Rente von bis zu 2.000 Euro gilt, einschließlich UpgradeJoker, KarrierePlus und der anlassabhängigen Nachversicherungsgarantie. (AC)

Baloise macht Änderungen bei gewerblicher Sachversicherung

Baloise hat eine ihrer Produktlinien in der gewerblichen Sachversicherung aktualisiert. Die Absicherung ist speziell auf die Bedürfnisse kleiner und mittelständischer Unternehmen in Deutschland zugeschnitten.

In der gewerblichen Inhalts-, Gebäude- und Betriebsunterbrechungsversicherung bietet der Versicherer künftig einen Verzicht auf den Einwand der groben Fahrlässigkeit bis zu einer Gesamtschadenhöhe von 100.000 Euro.

In der Inhaltsversicherung sind künftig Seng-, Schmor- und Schwelschäden bis zu einem Sublimit von 15.000 Euro eingeschlossen, eine Selbstbeteiligung fällt nicht an. Die Absicherung für provisorische Sicherheitsmaßnahmen ist bis zu 10.000 Euro eingeschlossen. Bewachungskosten sind künftig mit bis zu 5.000 Euro versichert, die Höchstdauer wurde auf 72 Stunden erhöht. In der Gebäudeversicherung ist nun eine Vorsorgedeckung für Wertsteigerungen, Erweiterungs- und Umbauten integriert.

Zudem sind künftig auch Gebäudeschäden im Versicherungsschutz enthalten, die infolge eines Fehlalarms durch den Zutritt befugter Dritter (Polizei/Feuerwehr) verursacht werden können. (AC)



VPV steigt in das Gewerbesegment ein

Die VPV Versicherungen haben ab sofort auch Kompositversicherungen für Gewerbetätigen im Portfolio. Der Start des neuen VPV Gewerbe-Schutz erfolgt mit den drei Sparten Betriebshaftpflichtversicherung, Inhaltsversicherung und Ertragsausfallversicherung. Weitere Sparten sollen schrittweise folgen.

Der aktuelle Fokus liegt zunächst auf den Zielgruppen Handwerk und Bau, Handel und Dienstleistung, Gastronomie und Hotellerie sowie Vereine. Für diese Zielgruppen will die VPV spezifische und umfassende Versicherungslösungen sowie Beratungs- und Informationsangebote bereitstellen.

„Mit dem VPV Gewerbeschutz erschließen wir ein neues Marktsegment und schaffen zusätzliche Wachstumspotenziale für unsere Ausschließlichkeitsorganisation und Makler. Unser umfassender Beratungsansatz und unsere Produkte richten sich gezielt nach den Bedürfnissen kleiner und mittelgroßer Unternehmen“, erklärt Steffen Guttenbacher, Vorstandsmitglied der VPV. (AC)

BaFin veröffentlicht PKV-Sterbetafel 2026

Die BaFin hat die PKV-Sterbetafel 2026 veröffentlicht, die der Verband der privaten Krankenversicherung (PKV-Verband) entwickelt hat.

Die Sterbetafeln verwenden die allgemein gültigen aktuariellen Begrifflichkeiten. So steht q_x für die Wahrscheinlichkeit, dass ein Mann im nächsten Lebensjahr stirbt, q_y für eine Frau. Dazu gibt die BaFin ein Beispiel: Aus der Gruppe der heute 30-jährigen Männer werden von einer Million Männern 288 das 31. Lebensjahr nicht erreichen ($q_x=0,000288$). Von einer Million Frauen der heute 30-jährigen Frauen werden 176 das 31. Lebensjahr nicht erreichen ($q_y=0,000176$).

Die BaFin geht davon aus, dass die Gesellschaften die Sterbetafel PKV-2026 bei der Einführung neuer Tarife oder der Anpassung von Prämien ab dem 01.01.2026 berücksichtigen. Ausnahmen würden gelten, wenn Besonderheiten im Bestand oder in Teilbeständen vorsichtiger Annahmen erfordern, wie die Behörde mitteilt. Die Überlegungen zur Wahl der Sterbetafel müssten die Unternehmen in den technischen Berechnungsgrundlagen angemessen dokumentieren.

Die Sterbetafel steht auf der Website der BaFin zur Einsicht bzw. zum Download zur Verfügung. (AC)

GDV hebt Beitragsprognose für 2025 an

Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV) hat seine Beitragsprognose für 2025 angehoben. „Wir rechnen spartenübergreifend mit einem Wachstum der Bruttobeitragseinnahmen von 7,3%“, erklärt GDV-Hauptgeschäftsführer Jörg Asmussen. Im Februar hatte der Branchenverband noch ein Beitragsplus von 5% prophezeit.

Vor allem in der Lebensversicherung haben sich die Beitragseinnahmen bisher deutlich besser entwickelt als erwartet. Hatte man im Frühjahr noch mit 1% Wachstum gerechnet, geht der Branchenverband inzwischen von einem Beitragsplus von 6,7% aus. Treiber ist vor allem das Einmalbeitragsgeschäft. Hier hat der GDV seine Beitragsprognose von 4,8% Wachstum auf 24,2% korrigiert.

Die Erwartungen im Schaden- und Unfallgeschäft sind auf einem relativ stabilen Niveau geblieben. Der GDV erwartet nun ein Beitragswachstum von 7,8%, im Februar war man von 7,5% ausgegangen. In der Kfz-Versicherung rechnet der Branchenverband sogar mit einem Beitragsplus von 14% gegenüber dem Vorjahr.

„Unterm Strich könnte damit 2025 eine Schaden-Kosten-Quote von 97% stehen und damit die Rückkehr in die versicherungstechnische Gewinnzone“, sagt Asmussen.

Die Prognose für das Beitragswachstum in der privaten Krankenversicherung hat sich nicht geändert und liegt weiterhin bei einem Wert von 7,5%. (AC)



SDK und Stuttgarter gründen Gleichordnungskonzern

Im Oktober 2024 haben die SDK Gruppe und die Stuttgarter Versicherungsgruppe ihren geplanten Zusammenschluss öffentlich verkündet. Inzwischen ist es offiziell: Zum 01.07.2025 ist die Gründung eines Gleichordnungskonzerns einstimmig durch die jeweiligen Mitgliederversammlungen der beiden Unternehmen beschlossen worden. Auch das Bundeskartellamt hat der Fusion zugestimmt.

Die Fusion eröffne neue Wachstumspotenziale durch sich ergänzende Vertriebswege und Produktparten, so die Unternehmen. Auch entstehen Synergien bei der Personalgewinnung und -entwicklung, bei Produkt- und Technologieinvestitionen sowie bei IT-Investitionen. Die neue Gruppe sei auch besser auf volatile Rahmenbedingungen und wachsende regulatorische Anforderungen vorbereitet, heißt es.

Um den Zusammenschluss weiter voranzutreiben, wird im dritten Quartal dieses Jahres zunächst rückwirkend zum 01.01.2025 die Süddeutsche Lebensversicherung a. G., der Lebensversicherer der SDK, auf die Stuttgarter Lebensversicherung a. G. verschmolzen. Ebenso wird eine Vermögensübertragung der Süddeutsche Allgemeine Versicherung a. G. auf die Stuttgarter Allgemeine stattfinden. Eine weitere gesellschaftsrechtliche Transaktion soll danach erfolgen, um den Gleichordnungskonzern bis Ende 2026 in eine „neue, zukunftsweisende Struktur“ zu überführen. (AC)

Gutes noch einfacher, individueller, besser gemacht.

Tarif-Update in der EUROPA Risikolebensversicherung.

Wir haben unsere Risikolebensversicherung verbessert, damit Sie Ihre Kunden noch leichter erreichen.

Ihre Vorteile:

- Erweiterte Zielgruppe und leichter Zugang durch neue Tarifvarianten und verlängerte Fristen
- Noch mehr Einsatzmöglichkeiten für unsere Kurzanträge mit nur 2 Gesundheitsfragen – speziell für junge Leute, Familien und Immobilienfinanzierer
- Weniger administrativer Aufwand vor und nach Abschluss

Mehr Infos finden Sie unter europa-vertriebspartner.de oder unter **0221 5737-300**



EUROPA
VERSICHERUNG PUR.

Cleos Welt bringt Reiseschutz für Tierhalter an den Start



© Viktoriya - stock.adobe.com

Der Reiseschutz von Cleos Welt leistet auch, wenn das Tier nicht mitreisen soll.

Das digitale InsurTech und Uelzener-Tochter Cleos Welt hat pünktlich zur Urlaubssaison einen Reiseschutz für Hunde- und Katzenbesitzer auf den Markt gebracht. Die neue Versicherung kombiniert eine Reiserücktritt- und Reiseabbruchversicherung mit einer Reisekrankenversicherung.

So leistet der Versicherer beispielsweise, wenn eine Reise kurzfristig abgesagt werden muss, wenn der Vierbeiner schwer erkrankt, verunglückt oder verstirbt, egal, ob das Tier mitreisen sollte oder nicht. Cleos übernimmt in diesem Fall die Storno- bzw. Umbuchungskosten.

Der Tierkrankenschutz übernimmt Tierarztkosten – auch für Telemedizin –, falls das Tier bei Reisen im In- oder Ausland erkrankt. Auch Assistance-Leistungen wie Such-, Rettungs- und Bergungskosten sowie Bestattungskosten im Ausland werden übernommen.

Die Versicherung kann innerhalb weniger Minuten digital abgeschlossen werden. Dabei können Hunde- und Katzenbesitzer zwischen einer Jahresversicherung und Schutz für eine einzelne Reise wählen. (AC)

Unwetter: Kfz-Versicherer zahlen 1,3 Mrd. Euro aus

Mit rund 1,3 Mrd. Euro schlugen durch Unwetter verursachte Schäden im Jahr 2024 bei den Kfz-Versicherern zu Buche. Dabei wurden laut des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV) rund 340.000 kaskoversicherte Fahrzeuge beschädigt.

Der Süden Deutschlands war dabei wesentlich häufiger betroffen als der Norden. Die meisten Schadenfälle ereigneten sich in Baden-Württemberg mit einer Schadenhäufigkeit von 18,2 Schäden pro 1.000 Verträge. Thüringen und Bayern folgen mit 8,4 und 7,1 Schadenfällen pro 1.000 Verträge. Dort waren Schäden zudem nicht nur häufiger, sondern mit einer durchschnittlichen Höhe von mehr als 4.000 Euro auch teurer als im restlichen Bundesgebiet, erklärt der GDV. Die wenigsten Schadenfälle wurden in Rheinland-Pfalz (2,2 pro 1.000 Verträge), Bremen (1,6) und Mecklenburg-Vorpommern (1,5) gemeldet. (AC)

HFK1676 launcht Betriebshaftpflichtversicherung

HFK1676, die Maklermarke des Provinzial Konzerns, hat erstmals die Zielgruppe der Gewerbetreibenden ins Visier genommen und eine Betriebshaftpflichtversicherung an den Start gebracht. Das Produkt ist nun auf bekannten Maklerpool-Plattformen vertreten.

Die Entscheidung für die Betriebshaftpflicht fiel aufgrund einer Umfrage unter Vermittlern, die ergeben hat, dass diese Absicherung am stärksten nachgefragt wird, so Sabine Krummenerl, Vorstandin für Komposit und Vertrieb Makler im Provinzial Konzern.

Die digitale Antragsstrecke beschränkt sich auf wenige Fragen und nimmt dennoch komplexere Risiken in den Blick. Zusätzlich zu den digitalen Prozessen haben Makler auch Zugang zu Experten aus dem Maklerservice der Provinzial.

Die Produktpalette der HFK1676 soll noch dieses Jahr weiter ausgebaut werden. Im Herbst soll zunächst eine private Kfz-Versicherung auf den Markt kommen. (AC)

Tarifrunde Versicherungen: 8,3% mehr Gehalt für Innendienstler

Der Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland e. V. (AGV) und die Gewerkschaften ver.di und Deutscher Bankangestellten-Verband e. V. (DBV) haben sich auf einen neuen Tarifvertrag für den Versicherungsinendienst geeinigt.

Der neue Vertrag gilt für rund 183.000 Innendienst-angestellte der Versicherungsbranche, inklusive Auszubildende. Der zuletzt gültige Vertrag war bereits im März ausgelaufen. Der neue Vertrag hat eine Laufzeit von 26 Monaten (April 2025 bis Mai 2027). Insgesamt werden die Gehälter in diesem Zeitraum um 8,3% angehoben, und zwar um 5%, aber mindestens um 200 Euro monatlich, ab dem 01.08.2025 und dann um weitere 3,3% zum 01.09.2026. Auszubildende erhalten ab August 2025 zunächst 150 Euro mehr Gehalt monat-

lich, im September nächsten Jahres wird die Vergütung dann um weitere 100 Euro monatlich angehoben.

Die Gehaltsgruppen A und B werden strukturell verändert und erhalten insgesamt bis zu 11,6% mehr Gehalt. Auch der tarifliche Fahrtkostenzuschuss wird angehoben. Auszubildende erhalten zudem einen zusätzlichen freien Arbeitstag zur Prüfungsvorbereitung.

Für die Versicherer bedeutet der neue Vertrag höhere Personalkosten. In diesem Jahr steigen die Kosten gegenüber dem Vorjahr durch die Erhöhung zum 01.08.2025 um 2,68%, 2026 werden sie im Vergleich zum Jahr 2025 noch einmal um 4,02% ansteigen, erklärt der AGV.

Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses mussten die ver.di-Mitglieder dem neuen Vertrag noch zustimmen. (AC)

ANZEIGE



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

Was sie jetzt noch nicht weiß: *Sie wird später einmal Artistin.*

Die **NÜRNBERGER Kindervorsorge**: Mit der Schulunfähigkeitsversicherung4Future und Schüler-BU4Future werden Sie zum Möglichmacher für Ihre jüngsten Kunden.



Heute die BU für morgen sichern:
vertrieb.nuernberger.de/kindervorsorge

NÜRNBERGER Lebensversicherung AG
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg

Personen- und Funktionsbezeichnungen
stehen für alle Geschlechter gleichermaßen.

Finanzielle Vorsorge für den Nachwuchs im Fokus

Die finanzielle Absicherung von Kindern rückt bei vielen Familien zunehmend in den Fokus. Neben klassischen Sparformen gewinnen Lösungen an Bedeutung, die auch gesundheitliche Risiken einbeziehen. Eine veränderte Risikowahrnehmung, etwa bei psychischen Erkrankungen oder Einschränkungen der Grundfähigkeiten, führt dazu, dass sich der Vorsorgebedarf früher und differenzierter stellt als noch vor wenigen Jahren.

Die [...] Sensibilisierung für Themen wie [...] Grundfähigkeitsverlust und psychische Erkrankungen führt dazu, dass sich der Absicherungsbedarf deutlich früher manifestiert als noch vor wenigen Jahren.

Immer mehr Eltern und Erziehungsberechtigte erkennen die Bedeutung einer frühzeitigen finanziellen Absicherung ihrer Kinder – sei es für die Ausbildung, das Studium oder zur Absicherung von Gesundheitsrisiken. Die wachsende gesellschaftliche Sensibilisierung für Themen wie Erwerbsunfähigkeit, Grundfähigkeitsverlust und psychische Erkrankungen führt dazu, dass sich der Absicherungsbedarf deutlich früher manifestiert als noch vor wenigen Jahren.

Seit dem 01.07.2025 ist mit Baloise Best Invest Kids eine überarbeitete Variante einer fondsgebundenen Kinderpolice verfügbar, die Kapitalaufbau mit Absicherung biometrischer Risiken kombiniert. Die Police vereint bekannte Elemente der Produktlinie Best Invest mit zusätzlichen Optionen zur Gesundheits- und Arbeitskraftabsicherung im Kindesalter.

Drei zentrale Produktmerkmale

Erstens bleiben bewährte Produktmerkmale des Vorgängermodells erhalten – etwa die Versorgerkomponente zur Beitragsübernahme bei Tod oder Berufsunfähigkeit der mitversicherten Person und die kostenlose Berufsstart-Option. Zweitens profitieren Versicherte von geringen Effektivkosten, attraktiven Garantie-

rentenfaktoren und flexiblen Zuzahlungsmöglichkeiten. Drittens ermöglicht die neue Option Startklar Plus eine frühzeitige Absicherung von Invaliditäts- und Grundfähigkeitenrisiken – inklusive Wechselmöglichkeit in eine Grundfähigkeiten- oder Berufsunfähigkeitsversicherung zu einem späteren Zeitpunkt ohne erneute Gesundheitsprüfung.

Zusatzbaustein Startklar Plus

Ein optionaler Zusatzbaustein ist Startklar Plus, der zwischen dem sechsten Lebensmonat (nach erfolgter U5-Untersuchung) und dem zehnten Lebensjahr abgeschlossen werden kann. Er bietet Schutz gegen 30 biometrische Risiken – von schweren Krankheiten über Unfallfolgen bis hin zu Verlusten wichtiger Grundfähigkeiten.

Im Leistungsfall wird ein einmaliges Kapital in Höhe von 10.000 Euro ausgezahlt, ergänzt um einen Sofortbonus von 2.000 Euro aus Überschüssen. Zu den versicherten Ereignissen zählen beispielsweise fortgeschrittener Krebs, schwere Sepsis oder der Verlust von Grundfähigkeiten wie Greifen, Gehen oder Fahrradfahren. Ab dem sechsten Lebensjahr sind zusätzliche Fähigkeiten wie Sprechen, Sitzen oder Treppensteigen abgedeckt.



© Aleks - stock.adobe.com

Wechseloptionen ohne erneute Gesundheitsprüfung

Darüber hinaus ermöglicht der Baustein Startklar Plus bei bestimmten Anlässen – etwa Schulbeginn, Ausbildungsstart, Studienbeginn oder Berufseinstieg – den Wechsel in eine eigenständige Grundfähigkeiten- oder Berufsunfähigkeitsversicherung. Dabei entfällt die erneute Gesundheitsprüfung, sofern keine Leistungsvoraussetzungen vorliegen. Abhängig vom Anlass sind monatliche Renten von bis zu 2.000 Euro möglich. Auch Beitragsdynamik und Nachversicherungsgarantien können integriert werden.

Ergänzende Berufsstart-Option

Die Berufsstart-Option ist ein automatisch integrierter Bestandteil der Police ohne Extrakosten. Sie erlaubt den späteren Einstieg in eine Berufsunfähigkeits- oder Grundfähigkeitenversicherung mit vereinfachter Gesundheitsprüfung zu definierten Zeitpunkten wie Ausbildungsbeginn oder Berufseinstieg. Die Kombination beider Optionen erlaubt eine flexible Gestaltung: Die Gesundheitsprüfung erfolgt bei Startklar Plus bei Vereinbarung oder alternativ über die Berufsstart-Option beim späteren Abschluss der Grundfähigkeiten-

oder Berufsunfähigkeitsversicherung im Vertragsverlauf.

Flexibles Vertragskonzept

Die Kindervariante übernimmt bekannte Elemente der Produktlinie Best Invest, darunter ein flexibles Vertragskonzept. Beitragssteigerungen, Zuzahlungen und Dynamiken sind bis zu einer Beitragssumme von 1 Mio. Euro möglich – unter Beibehaltung des garantierten Rentenfaktors. Ein Kostendeckel-Modell begrenzt fondsabhängige Versicherungskosten und berechnet diese auf höchstens 150% der Beitragssumme.

Besonderheit des Produkts ist, dass der Vertragsabschluss bereits ab Geburt möglich ist – auch ohne Unterschrift der Eltern. Dies eignet sich insbesondere für Großeltern, Paten und weitere Angehörige, die frühzeitig einen finanziellen Grundstein legen möchten.

Frühe Vorsorge mit Entwicklungsperspektive

Baloise Best Invest Kids verbindet Elemente der Kapitalanlage mit biometrischer Absicherung und bietet verschiedene Wahloptionen im Vertragsverlauf. Für Vertriebspartner:innen ergibt sich daraus eine attraktive Geschäftschance: Mit Kinderpolicen lassen sich Kund:innen

frühzeitig binden und generationenübergreifend begleiten. Die Beratung zur Kindervorsorge eröffnet häufig den Zugang zu weiteren familiären Bedarfsthemen und fördert so langfristige Kundenbeziehungen auf Basis von Vertrauen und Nachhaltigkeit. •

Sascha Bassir

Vorstand der Baloise
Vertriebsservice AG



Das Ende der Wachstumsillusion: Warum Profitabilität für InsurTechs jetzt überlebenswichtig ist

Die Insolvenz des Digitalversicherers Element hat die Branche aufgerüttelt und die BaFin auf den Plan gerufen. Sie fordert von den verbliebenen deutschen InsurTechs einen klaren Kurs in Richtung Gewinnzone. Die Zeit des Wachstums um jeden Preis ist vorbei. Eine Marktanalyse über den Status quo, die unterschiedlichen Geschäftsmodelle und die Zukunft der Branche.

Die deutsche InsurTech-Szene hat einen unüberhörbaren Weckruf erhalten. Mit der Insolvenz des Berliner Digitalversicherers Element zum Jahreswechsel und der darauffolgenden, unmissverständlichen Forderung der Finanzaufsicht BaFin nach mehr Profitabilität ist eine Zäsur erreicht.

Die Herausforderung für alle Marktteilnehmer besteht darin, das [...] beschädigte Vertrauen bei Kunden und Investoren wiederherzustellen. Es muss der Beweis erbracht werden, dass „digital“ und „stabil“ keine Gegensätze sind.

Für viele der ab 2015 gegründeten Unternehmen, die angetreten waren, die Versicherungswirtschaft mit digitalen Angeboten zu revolutionieren, endet damit die Ära des rein auf Wachstum ausgerichteten Geschäftsmodells.

Jahrelang wurde der Erfolg von InsurTechs primär an Skalierung, Kundenzahlen und Finanzierungsrunden gemessen. Risikokapital floss reichlich, Profitabilität schien ein fernes Ziel zu sein. Doch das Marktumfeld hat sich gedreht: Gestiegene Zinsen und vorsichtiger Investoren haben den Druck bereits erhöht. Die Element-Pleite, von der mehrere Hunderttausend Vertragspartner betroffen waren und bei der über 11.000 Forderungsmeldungen eingingen, hat nun auch die Aufsicht alarmiert. Die Botschaft der BaFin ist klar: Ein nachhaltiges, tragfähiges Geschäftsmodell ist keine Option mehr, sondern zum Überleben notwendig.

Zwei Welten unter einem Dach

Die aktuelle Situation zeigt, dass der Versuch, ein InsurTech neu aufzubauen und in die Gewinnzone zu führen, sich oft als schwieriger erweist als gedacht. Eine Analyse des Marktes offenbart ein heterogenes Bild und macht eine Differenzierung nach Geschäftsmodellen zwingend erforderlich: auf der einen Seite die volllizenzierten Risikoträger, auf der anderen Seite die digitalen Vermittler und Assektureure.

1. Herausforderung für volllizenzierte InsurTech-Versicherer

InsurTechs, die als Risikoträger mit eigener BaFin-Lizenz agieren, tragen die größte Last. Sie müssen nicht nur innovative Produkte und eine exzellente digitale User-Experience bieten, sondern auch die komplexen regulatorischen Anforderungen erfüllen und ausreichend Kapital für die Risikoübernahme vorhalten. Die jüngsten Solvenzberichte zeichnen ein gemischtes Bild: Die deutsche InsurTech-Branche zeigt zunehmend heterogene Entwicklungsphasen. Während einige frühe Marktteilnehmer wie Getsafe nun die Schwelle zur Profitabilität im eigenen Versicherungsgeschäft überschreiten, ist bei ihnen gleichzeitig eine strategische Neuausrichtung hin zum weniger kapitalintensiven Vermittler- und Assektureur-Geschäft zu beobachten. Andere Unternehmen befinden sich noch in einer Phase der Konsolidierung und Optimierung. So werden beispielsweise bei Neodigital Maßnahmen zur Bestandsbereinigung und zur Anpassung der Preisstruktur umgesetzt, um die versicherungstechnischen Ergebnisse zu verbessern. Der digitale Krankenversicherer ottonova wiederum demonstriert mit einem starken Prämienwachstum erfolgreich die hohe Marktakzeptanz, steht aber – wie in diesem Segment üblich – vor der Aufgabe, dieses Wachstum mit den Kosten für Versicherungsfälle in Einklang zu bringen.



© Bro Vector – stock.adobe.com

Diese Beispiele zeigen: Der Weg zur Profitabilität als Risikoträger ist steinig, aber nicht unmöglich. Er erfordert exzellentes Underwriting, diszipliniertes Kostenmanagement und eine klare Strategie.

2. Die Position der digitalen Vermittler und Plattformen

Ein anderes Bild zeigt sich bei InsurTechs, die als digitale Versicherungsmakler oder Assekuradeure agieren. Plattform-Geschäftsmodelle konzentrieren sich auf die Kernkompetenzen Technologie, Vertrieb und Kundenservice, während das Risiko bei etablierten Versicherungsgesellschaften verbleibt. Dieses Modell bietet entscheidende Vorteile in der aktuellen Marktphase:

- Geringerer Kapitalbedarf: Da kein Risiko getragen wird, sind die Kapitalanforderungen erheblich niedriger.
- Fokus auf Effizienz: Ressourcen können vollständig in die Optimierung von Prozessen, die Verbesserung der Customer Journey und die Entwicklung von Technologielösungen investiert werden.
- Flexibilität und Unabhängigkeit: Als Vermittler kann auf ein breites Produktportfolio verschiedener Risikoträger zurückgegriffen werden, um für den Kunden die beste Lösung zu finden.

Digitale Vermittler wie Finanzchef24, die den Fokus auf profitables Wachs-

tum frühzeitig gesetzt haben, profitieren in diesem Umfeld besonders von ihrer Agilität und Kapitalunabhängigkeit.

Die strategische Neuausrichtung von Getsafe, das mittlerweile ein Vermittlungsvolumen von über 500 Mio. Euro vorweist, und der Plan von Neodigital, sich künftig stärker als Technologieanbieter zu positionieren, unterstreichen die Attraktivität und Zukunftsfähigkeit technologiegetriebener Vertriebs- und Plattformmodelle.

Die Chancen der Marktberreinigung

Die gegenwärtige Marktphase ist keine Krise, sondern eine notwendige und gesunde Bereinigung. Sie trennt die nachhaltigen Geschäftsmodelle von den rein auf schnelles Wachstum ausgelegten Konzepten. Für die Zukunft ergeben sich daraus klare Herausforderungen, aber auch bedeutende Chancen.

Die Herausforderung für alle Marktteilnehmer besteht darin, das durch die Element-Insolvenz beschädigte Vertrauen bei Kunden und Investoren wiederherzustellen. Es muss der Beweis erbracht werden, dass „digital“ und „stabil“ keine Gegensätze sind.

Die Chancen liegen in der Konzentration auf das Wesentliche. Die Zukunft gehört resilienten und anpassungsfähigen Geschäftsmodellen. Hybride Ansätze, die die technologische Agilität von InsurTechs mit der Kapitalstärke und Erfahrung

traditioneller Versicherer verbinden, werden sich durchsetzen. Digitale Vermittler sind hierbei ideal positioniert: Sie agieren als entscheidende Schnittstelle, die technologische Innovation direkt zum Kunden bringt, ohne die bilanzielle Last des Risikotragens schultern zu müssen.

Die Forderung der BaFin nach Profitabilität ist somit kein Hemmnis, sondern ein Katalysator für eine reifere, stabilere und letztlich erfolgreichere InsurTech-Branche. Profitabilität ist nicht länger nur ein finanzielles Ziel, sondern die Lizenz für die Zukunftsfähigkeit im Versicherungsmarkt. •



Payam Rezvanian

Co-CEO
Finanzchef24



„Fitness-Check“ für die Betreuungsstruktur

Angesichts der Herausforderungen sowohl im Marktumfeld als auch im Maklermarkt unterziehen viele Versicherer ihre Betreuungskultur einem „Fitness-Check“, um den Maklervertrieb neu auszurichten. Ziel ist, die Effizienz zu steigern und gleichzeitig die Zufriedenheit und Bindung der Makler zu stärken. Eine Option für ein solches Modell ist das sogenannte Hunter-Farmer-Modell.

Die Dynamik aus Marktumfeld und Maklermarkt prägt die Geschäftsmodelle der Versicherer stärker denn je. Seien es Inflation, die unter anderem die Schadenaufwendungen steigen lässt, oder Fachkräftemangel und Regularien, die ebenso den Druck auf eine transparente und effiziente Ausrichtung des Versicherers erhöhen.

Mit explizitem Blick auf den Maklervertrieb kommen weitere Einflüsse und Dynamiken hinzu: Konsolidierungen, beispielsweise aufseiten der Pools oder Großmakler, werden durch Private-Equity-Unternehmen beschleunigt. Damit verstärken sich die Marktmacht und Verhandlungsposition gegenüber Versicherern. Gleichzeitig treiben Makler den digitalen Wandel voran, setzen auf innovative Tools zur Optimierung ihrer Beratung und fordern nahtlose Integration seitens der Versicherer. Vor diesem Hintergrund ist es zunehmend wichtiger, die Zusammenarbeit mit Maklern aktiv zu stärken, um zum einen deren Zufriedenheit

und Bindung zum Unternehmen zu erhöhen, zum anderen kann eine strategische Ausrichtung auf die Bedürfnisse des Maklervertriebs dem steigenden Kostendruck entgegenwirken und zusätzliches Umsatzpotenzial schaffen.

Spannungsfeld Kostendruck und Notwendigkeit zur Umsatzsteigerung

Um sich im zuvor beschriebenen Spannungsfeld behaupten zu können und profitables Umsatzwachstum generieren zu können, setzen Versicherer verschiedene Strategien um – von der Einführung alternativer Provisionsmodelle bis hin zur Optimierung des Portfolios. Diese Maßnahmen wirken sich in der Regel zwar positiv auf die Kostenquote aus, können jedoch ebenso negative Auswirkungen auf das Neugeschäft haben.

Ein Ansatz, der immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist, die Betreuungsstruktur im Maklervertrieb

einem „Fitness-Check“ zu unterziehen und bei Bedarf anzupassen.

Marktbeispiele für Neuaufstellungen

Als Beispiel zu nennen ist zum einen die Allianz Lebensversicherung, die ihren Maklervertrieb durch die Bildung von Segmenten neu ausgerichtet hat, die auf Grundlage spezifischer Anforderungen der Maklerinnen und Makler gebildet wurden. Maklerbetreuerinnen und -betreuer sind nur noch einem dieser Segmente zugeordnet, damit sie die Anforderungen und Wünsche ihrer jeweiligen Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner gezielt bedienen können.

Ebenso hat Dialog, der Maklerversicherer der Generali in Deutschland, bereits Anfang 2023 ein zielgruppenorientiertes Betreuungskonzept eingeführt. Auch AXA hat den Maklervertrieb bereits 2021 strategisch neu aufgestellt: Die Maklervertriebswege Komposit und Personenversicherung

wurden zusammengelegt und ein neuer Bereich „Vertriebsangebotsmanagement und Innovation“ (VAMI) geschaffen, der unter anderem die Entwicklung vertriebswege- und spartenübergreifender Angebote sowie die Generierung moderner Vertriebs- und Verkaufsformen im Fokus hat. Diese Marktbeispiele spiegeln bereits erste Schritte einer Neuausrichtung im Maklervertrieb wider.

Dabei gilt es, eine Gratwanderung zwischen verbesserter Betreuung und schlankerem Aufstellung sicherzustellen.

Wie gelingt die Neuaufstellung der Betreuungsstruktur?

Eine Möglichkeit, die Betreuungsstruktur unter Berücksichtigung von Prozesseffizienz- und Servicegesichtspunkten neu zu gestalten, ist die Etablierung eines sogenannten Hunter-Farmer-Modells, bei dem die „Hunter“-Rolle auf klassische Neukundengewinnung fokussiert ist, während sich die „Farmer“-Rolle um Betreuung und Ausbau bestehender Kundenbeziehungen kümmert. Hierbei werden klare Funktionsschwerpunkte aus den spezifischen Anforderungen der Makler je Phase in der Vermittler-Journey identifiziert und die vertrieblichen Funktionen auf ihre Kernkompetenzen verdichtet. So stehen in der Onboarding- und Reaktivierungsphase akquisitorische Aktivitäten, persönlicher Kontakt und das Führen von Verhandlungen im Fokus. In der Produktionsphase hingegen spielen vertriebsunterstützende und administrative Aktivitäten eine übergeordnete Rolle, z. B. die zeitnahe Bearbeitung von Angebotsanfragen (ggf. mit Einbezug entsprechender Spezialisten), die Entwicklung von Verkaufskonzepten zur Steigerung des Vertriebs Erfolgs und die Verwaltung von Maklerverträgen.

Kern des Modells bilden die beiden Funktionsgruppen, die sogenannten Hunting-Funktionen und Farming-Funktionen:

- Hunting-Funktionen konzentrieren sich sowohl auf die Akquise neuer Kunden als auch auf die Reaktivierung von Kundenbeziehungen in ihrem

Segment und tragen durch aktive Pflege und Ausweitung ihres Netzwerks zum Ausbau von Marktanteilen bei.

- Farming-Funktionen leisten vor allem fachliche Unterstützung und sorgen durch hohe Erreichbarkeit, schnelle Reaktionszeit und pragmatische Problemlösungskompetenz für Kundenzufriedenheit.

Was sind die Erfolgsfaktoren?

Damit das Hunter-Farmer-Modell erfolgreich etabliert werden kann und zu einer Umsatzsteigerung ebenso wie zu gesteigerter Prozesseffizienz beiträgt, sind drei wesentliche Erfolgsfaktoren zu berücksichtigen:

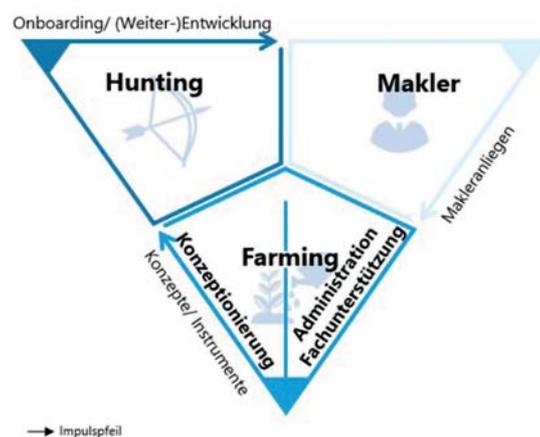
- Klare Definition der Rollen: Eine klare Rollendefinition hilft dabei, die jeweiligen Stärken und Fähigkeiten der Mitarbeitenden zielgerichtet einzusetzen und durch entsprechendes Schulungsangebot weiterzuentwickeln, wodurch Effizienz und Effektivität der beiden Gruppen gesteigert wird.
- Optimierung von Prozessen und Kommunikation: Prozesse und Übergabepunkte müssen so abgestimmt sein, dass sowohl die Zusammenarbeit der Funktionen gefördert wird als auch Vermittleranliegen reibungslos bearbeitet werden (u.a. auch mithilfe eines geeigneten CRM-Systems).
- Ausrichtung auf Zielgruppen: Sowohl Hunter- als auch Farmer-Funktionen sollen auf geeignete Zielgruppen zugeschnitten sein, um sowohl Akquise als auch Betreuung effektiv zu gestalten und Markttrends und -entwicklungen im jeweiligen Segment gezielt beobachten und nutzen zu können.

Darüber hinaus sollten weitere Faktoren berücksichtigt werden wie beispielsweise die Vereinbarung von Service Level Agreements oder die klare Abgrenzung der jeweiligen Verantwortungsbereiche.

Fazit

Die Projekterfahrung von zeb zeigt, dass Versicherer mit der

Hunter-Farmer-Modell erklärt



Wirkungszusammenhang Hunter – Farmer – Makler

Etablierung des Hunter-/Farmer-Modells im Maklervertrieb nicht nur Kosteneinsparungen von bis zu 20% bei einem gleichzeitigen Umsatzwachstum von durchschnittlich 10% erzielen konnten. Ebenso wurde die Zufriedenheit ihrer Makler aufgrund der bedarfsorientierten Ausrichtung auf deren spezifische Anforderungen entlang der Vermittler-Journey gesteigert, was sich in regelmäßigen Top-Platzierungen unter „Maklers Liebling“ widerspiegelt. Erste Anbieter am Markt haben entsprechende Anpassungen ihrer Betreuungsstrukturen bereits vorgenommen und es ist zu erwarten, dass weitere folgen werden.

Fabienne Pittner

Senior Consultant
zeb Consulting

Gregor Morin

Senior Manager
zeb Consulting



Verantwortung wahrnehmen, Chancen erkennen

Die Absicherung einer Firma ist eine große Verantwortung, doch sie birgt vor allem auch großes Potenzial für Makler. Wer die Chance erkennt und sich in den Bereich der Firmenversicherung wagt, kann einerseits noch viel Neugeschäft schöpfen und wird andererseits in eine inhaltlich äußerst vielfältige Versicherungswelt eintreten.

Die Absicherung von Firmen und Gewerbe ist wahrlich kein einfaches Feld. Viele Maklerinnen und Makler scheuen gar diesen Bereich, in dem doch so großes Potenzial steckt. Denn die eine „fertige“ Versicherung für Unternehmen gibt es eben nicht und ihre Absicherung ist weit mehr als das bloße Vermitteln von Policen.

Unternehmen verstehen

Firmenkunden müssen ganzheitlich betreut werden. Es gilt, komplexe Risiken zu erkennen und dafür die passende Absicherung zu finden. Dies erfordert ein tiefes Verständnis für betriebliche Abläufe, branchenspezifische Risiken und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, unter denen Firmen heute agieren. Ein falsch gesetzter Schwerpunkt oder eine unerkannte Deckungslücke kann für das Unternehmen im Ernstfall existenzbedrohend werden. Zugleich möchten Firmenkunden verständlich und auf Augenhöhe beraten werden. Von ihrem Makler wünschen sie sich klare Orientierung.

Entwicklungen in der Firmenversicherung

Im folgenden Sonderthema werden diverse Facetten der Firmen- und Gewerbeabsicherung aufgezeigt. Auch wird darin deutlich, wie rasante Veränderungen in vielen Bereichen es besonders auch Vermittlern nahelegen, sich regelmäßig auf dem Laufenden zu halten.

Gefahr der Unterversicherung

So gewinnt etwa das Thema Unterversicherung bei Gebäuden und Betriebseinrichtungen immer stärker an Bedeutung. Franziska Reuter von der SV CUBE GmbH sieht daher eine enge Zusammenarbeit zwischen Sachverständigen, Maklern, Versicherern und Kunden als unerlässlich an. In einem Beispiel erklärt sie zudem, wie gefährlich eine Unterversicherung für Unternehmen sein kann.

Was im Bereich Cyber zu beachten ist

Im Bereich der Cyberversicherung empfiehlt Gesine Froese von Beazley eine mehrschichtige Cybersicherheitsstrategie und optimales Risikomanagement. Dies kann Angriffsrisiken für kleine und mittlere Unternehmen minimieren. In ihrem Beitrag klärt sie auch über die rasanten Entwicklungen im Cyberbereich auf.

Risikosteuerung in Unternehmen

Zudem wird die Risikoabsicherung je nach Gewerbe immer schwieriger. Am Beispiel schwerer Sachrisiken zeigt Dr. Alexander Skorna von der Funk Consulting GmbH neue Wege der Risikosteuerung auf. Er setzt auf aktive Steuerung von Risiken.

DIN-Norm 77235

Um eine ganzheitliche, individuelle Erfassung von betrieblichen Risiken geht es auch bei der DIN-Norm 77235 „Finanz- und Risikoanalyse für Selbstständige sowie kleine und mittlere Unternehmen“. Sie wird auch kurz als „Gewerbenorm“ bezeichnet und ermöglicht die Bestandsaufnahme in fünf Analysebereichen, wie Dr. Klaus Möller von der DEFINO Institut für Finanznorm AG in einem Beitrag erläutert. Demnach kann durch die Anwendung der DIN 77235 kein Risiko- oder Finanzthema im Gewerbe mehr vergessen werden. Und nach der Analyse gibt es konkrete Handlungsempfehlungen.

Deckungsnotstand in Gewerbe- und Industrie

Hinzu kommen noch Engpässe in der Gewerbe- und Industrieversicherung, wie eine aktuelle Mitgliederbefragung des BDVM herausgefunden hat. Es heißt, Versicherer selektieren strenger und Kapazitäten nehmen ab. Dadurch wiederum steigen Prämien und Selbstbeteiligungen. Über die Reaktionen von Maklern und Unternehmen berichten Thomas Billerbeck (BDVM) und Dr. Manuela Wolf (Versicherungsforen Leipzig).

Sonderthema im Überblick

Unterversicherung – eine unterschätzte Gefahr für die Existenz von Unternehmen	32
KMU und die Evolution von Cyberrisiken	34
Mit der Gewerbenorm DIN 77235 zu mehr Erfolg	36
Neue Wege der Risikosteuerung am Beispiel schwerer Sachrisiken	38
Gewerbe- und Industrieversicherung unter Druck: Warum Prävention jetzt unverzichtbar wird	40

Herausforderungen und Lösungen

Das Sonderthema Firmenversicherung gibt einen Überblick, welche Entwicklungen sich in diesem Bereich aktuell abspielen, vor welchen Herausforderungen die Firmenversicherung steht und welche Lösungsinitiativen es gibt. Und was es vor allem auch zeigt, ist, wie vielfältig die Absicherung von Firmen sein kann. •

Lisa Geldermann, AssCompact



Unterversicherung – eine unterschätzte Gefahr für die Existenz von Unternehmen

Der Versicherungswert eines Gebäudes sollte regelmäßig ermittelt werden, damit es nicht zu einer Unterversicherung kommt. Denn mit immer weiter steigenden Baukosten und Investitionen steigt auch der Wiederaufbauwert. Doch viele Betriebe unterschätzen das Risiko, bis es zu spät ist. Um dies zu vermeiden, ist eine enge Zusammenarbeit zwischen Sachverständigen, Maklern, Versicherern und Kunden gefragt.

Als die Feuerwehr den Brand gegen 4 Uhr morgens nach sieben Stunden Einsatz gelöscht hatte, blieben von der Kfz-Werkstatt mit angebautem Wohnhaus nur noch die Grundmauern übrig. Der Brand entstand durch einen Funkenflug bei Reparaturarbeiten. Das Feuer breitete sich schnell aus und griff auf andere Fahrzeuge und anschließend auf den kompletten Gebäudekomplex über.

Die Schäden waren enorm: 4,2 Mio. Euro für das Gebäude, 1,5 Mio. Euro für den Inhalt. Doch die böse Überraschung kam erst bei der Kontaktaufnahme mit dem Versicherer: Die abgeschlossene Police deckte lediglich 2,5 Mio. Euro für das Gebäude und 800.000 Euro für die Betriebseinrichtung ab – Summen, die über Jahre unverändert geblieben waren. Das Unternehmen war mit 2,5 Mio. Euro massiv unterversichert.

Dieses Beispiel zeigt, wie gefährlich unzureichende Versicherungssummen sein können. Oft entsteht nicht nur ein finanzieller Schaden. Weil die Versicherung nicht den vollständigen Schaden regulierte und dem Eigentümer die finanziellen Mittel zur Deckung der Differenz fehlten, geriet die wirtschaftliche Existenz des Betriebs ernsthaft in Gefahr. Eine regelmäßige und fundierte Ermittlung des Versicherungswerts hätte diesen finanziellen Albtraum vermeiden können. Doch viele Betriebe unterschätzen das Risiko der Unterversicherung – bis es zu spät ist.

Unterversicherung gewinnt zunehmend an Bedeutung

In der heutigen Zeit gewinnt das Thema Unterversicherung bei Gebäuden und Betriebseinrichtungen aufgrund der massiv gestiegenen Bau-

und Herstellungskosten zunehmend an Bedeutung. Häufig resultiert Unterversicherung aus verschiedenen Faktoren wie Anbauten, wertsteigernden Investitionen und behördlichen Anforderungen an Gebäude, z. B. das Gebäudeenergiegesetz (GEG), Schall- und Brandschutzanforderungen. In den letzten Jahren treibt auch zunehmend die Inflation die Baukosten nach oben.

Die Erfahrungswerte zeigen, dass etwa 60% aller Gebäude unterversichert sind. Bei Gewerbe- und Industrieobjekten liegt die Unterversicherung oft zwischen 20% und 30%, während sie bei kommunalen Gebäuden sogar bis zu 80% betragen kann. Das sind erhobene Zahlen von einem ehemaligen Gebäudemopolversicherer, der sich schon Jahrzehnte gewissenhaft um das Thema kümmert. Experten anderer Versicherer gehen hier von noch wesentlich

höheren Abweichungen aus. Alarmierend ist, dass alte Versicherungswerte besonders hohe Defizite aufweisen.

... mind the Value Gap!

Das Argument, dass die Veränderungen der Baupreise über Indexanpassungen abgedeckt sind, ist nur teilweise richtig. Technologische Entwicklungen und die bereits genannten gesetzlichen Anforderungen an Gebäude sind in den bekannten Indizes nur unzureichend berücksichtigt. Die in der Versicherungswirtschaft verwendeten Indizes des Statistischen Bundesamts (Destatis) vergleichen über die Jahre im Kern immer den gleichen Warenkorb. Aufgrund des Fortschritts in der Baustoffbranche verändert der sich aber kontinuierlich. Durch Indizierungen über einen langen Zeitraum können zu hohe oder zu niedrige Versicherungssummen entstehen. Es wäre also ein Trugschluss, sich allein auf den Baupreisindex zu verlassen.

... mind the Index Gap!

Problematisch kann auch die Abgrenzung zwischen Gebäude und Betriebseinrichtungsbestandteilen sein. Eine saubere Versicherungswertermittlung ordnet, wie vertraglich geregelt, die einzelnen Gebäude- bzw. Betriebseinrichtungspositionen den entsprechenden Wertermittlungen zu. Dies erfolgt im Idealfall vor Ort im Kundendialog. Es besteht immer das Risiko, dass Bestandteile doppelt in den Versicherungssummen oder gar nicht erfasst werden. Eine weitere alltägliche Herausforderung in der Betriebseinrichtungswertermittlung ist z. B. die Berücksichtigung von Gebrauchsmaschinen, Eigenleistungen sowie Insolvenzaufkäufen, da für diese Positionen keine realen Anschaffungskosten im Anlagenverzeichnis hinterlegt werden und es somit schnell zu großen Wertdifferenzen kommen kann.

... mind the Equipment Gap!

Angesichts der steigenden Frequenz der Schäden, die sich durch den Klimawandel und die zunehmenden Naturkatastrophen ergeben, ist es wichtiger denn je, gut

und richtig abgesichert zu sein. Dies beginnt mit der richtigen Versicherungssumme. Demnach ist es unerlässlich, bestehende Versicherungsverträge regelmäßig zu überprüfen und anzupassen. Eine professionelle Wertermittlung ist für Gebäudebesitzer von entscheidender Bedeutung und sollte spätestens alle zehn Jahre in Betracht gezogen werden. Durch den ungenauen Index ergeben sich im Laufe der Jahre zu hohe Abweichungen. Bei denkmalgeschützten Gebäuden sollte der Zeitabstand noch kürzer sein, weil der Baupreisindex hier noch stärker korrigiert werden muss.

Eine Rechnung mit zig Unbekannten ...

Je größer und aufwendiger ein Gebäude ist, desto anspruchsvoller ist die entsprechende Wertermittlung. Komplexe Gebäudearten und -nutzungen (Sonderbauten, denkmalgeschützte Gebäude etc.) erfordern spezifisches Fachwissen in der Bewertung der jeweiligen Gebäudetypen. Deshalb ist es zweckmäßig, derartige Objekte durch einen Sachverständigen mit viel Expertise und Erfahrung in der Versicherungswertermittlung zu beauftragen. Warum ist das so wichtig? In der Versicherungswertermittlung ist ein profundes bautechnisches Grundwissen erforderlich, um grundlegende Fehleinschätzungen bei der Bewertung zu vermeiden. Zu den fünf häufigsten Fehlern gehören:

- 1. Flächenansätze:** Relevant für die Versicherungswertermittlung im gewerblichen Bereich ist die Bruttogrundfläche. Diese wird häufig mit anderen Flächenarten verwechselt. In der Folge sind die ermittelten Versicherungssummen aufgrund zu geringer Flächenansätze (Nettoflächen) zu niedrig.
- 2. Gebäudetypen:** Der Gebäudetyp in der Versicherungswertermittlung wird oft falsch eingestuft, weil er mit der Betriebsart als Tarifierungsgrundlage verwechselt wird.
- 3. Ausstattungsstandards:** Aufwendige Bauweisen müssen erkannt werden. Nur weil etwas einfach und preiswert aussieht, muss der Neupreis dafür nicht gering sein. Ausstattungsstandards werden oft pauschal bewertet.

4. Denkmalschutz:

Denkmalgeschützte Objekte werden oft nicht erkannt. Aufwendige Handwerksarbeiten, hochwertige Materialien und langwierige Planungs- und Bauzeiten verursachen Mehrkosten. Oft gibt es auch nur noch wenige Betriebe, die dieses Handwerk beherrschen. Die Mehrkosten für einen Wiederaufbau werden oft unterschätzt. Und: Nicht der Denkmalschutz, sondern die historische Bauweise ist kostenrelevant!

5. Übernahme von Neubaupreisen oder Marktwerten:

Neubaukosten können nur angesetzt werden, wenn sie auf die vertraglich vereinbarten Baukostengruppen reduziert wurden und um erbrachte Eigenleistungen und erhaltene Konditionen bereinigt wurden. Der Marktwert/Verkehrswert ist der Preis, der am Markt für ein Gebäude gezahlt wird. Dieser kann in der Versicherungswertermittlung nicht angesetzt werden, da für die Absicherung eines Gebäudes der Wiederaufbauwert/-Neubaupreis benötigt wird.

Fazit

Eine enge Zusammenarbeit zwischen Sachverständigen, Maklern, Versicherern und Kunden ist entscheidend, um sicherzustellen, dass die Versicherungsnehmer optimal abgesichert sind. Durch diese Kooperationen können Lösungen entwickelt werden, die sowohl den Bedürfnissen der Kunden Rechnung tragen als auch die Haftung der Vermittler hinsichtlich Beratungsverschulden minimieren. •



KMU und die Evolution von Cyberrisiken

Cyberbedrohungen sind längst kein exklusives Problem großer Konzerne mehr. Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) rücken zunehmend in den Fokus von Cyberkriminellen – und die damit verbundenen Risiken werden immer komplexer, dynamischer und wegen regulatorischer Anforderungen anspruchsvoller.

Eine mehrschichtige Cybersicherheitsstrategie und optimales Risikomanagement können Angriffsrisiken für KMU minimieren [...].

Viele KMU sind auf externe Dienstleister sowie IT- und Softwareanbieter angewiesen, um ihren Betrieb aufrechtzuerhalten. Damit setzen sie sich jedoch wachsenden und häufig unterschätzten Risiken aus. Wird einer ihrer externen Anbieter Opfer eines Cyberangriffs, kann dies unmittelbare Konsequenzen auf das eigene Unternehmen haben. Denn die Konsequenzen eines Angriffs können sich ebenfalls auf die digitale Lieferkette auswirken. Viele IT-Abteilungen sind mit der Verwaltung von Zugriffen ihrer Drittanbieter bereits heute stark belastet: Durchschnittlich

verbringen sie laut einer Studie des Ponemon Instituts und Imprivata 150 Stunden pro Woche damit, diese Zugriffe zu analysieren und zu untersuchen. Ein zentrales Risiko, denn allein in Deutschland sind selbiger Studie zufolge über die Hälfte der Cyberfälle auf Sicherheitsverletzungen bei Drittanbietern zurückzuführen. Daher überrascht es nicht, dass 82% der Führungskräfte in Deutschland aktuell Investitionen gegenüber Dienstleistern gezielt zu stärken. Das zeigen die Ergebnisse des aktuellen Beazley Risk & Resilience Report.

Ransomware: Raffiniert und automatisiert

Ransomware-Angriffe folgen heute keinem klaren Muster. Sie werden durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz immer raffinierter und automatisiert. Das macht es zunehmend komplexer, sie zu identifizieren. Trotzdem sehen sich laut Risk & Resilience Report 2025 87% der globalen Führungskräfte gut auf Cyberrisiken vorbereitet.

Doch interne Schadendaten von Beazley erzählen eine andere Geschichte: Die häufigste Ursache für Schadenfälle sind Phishing-Angriffe, bei denen Mitarbeitende unwissend auf einen bösartigen Link klicken. Dieses Phänomen macht eine gelebte Sicherheitskultur mit regelmäßigen Schulungen entscheidend, um das Bewusstsein der Mitarbeitenden kontinuierlich für



die Gefahren moderner Technologien zu schärfen. Simulierte Phishing-Kampagnen mit adaptierendem Schwierigkeitsgrad und eine laufende Weiterbildung helfen, die Anzahl menschlicher Fehler zu minimieren – denn Technik allein reicht nicht. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen vernachlässigen jedoch häufig solche präventiven Maßnahmen im Alltag, wie eine repräsentative Forsa-Umfrage im Auftrag des GDV zeigt.

Unverzichtbare Unterstützung

KMU fehlen oft die Ressourcen, um Cybervorfälle selbst zu bewältigen, Mitarbeitende angemessen zu schulen oder wachsenden regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden. Deshalb ist eine umfassende Unterstützung im Risikomanagement entscheidend. Von Betriebsunterbrechungen bis zu regulatorischen Strafen: Ohne Expertenhilfe kann ein Cybervorfall verheerend sein. Wenn man bedenkt, dass in Deutschland nach Angaben des IT-Sicherheitsdienstleisters G DATA monatlich über 1.800 DDoS-Attacken ausgeführt werden, ist die Frage nicht ob, sondern wann Unternehmen Opfer von Cyberkriminellen werden und ihr Betrieb von heute auf morgen zum Stillstand kommt.

Ein zentraler Baustein für die Cybersicherheit von Unternehmen sind daher auch spezialisierte Versicherungslösungen wie Beazleys Full Spectrum Cyber. Versicherungsnehmer erhalten dabei mehr als nur finanziellen Schutz vor Eigen- und Drittschäden. Sie ermöglichen auch den Zugang zu Experten für Incident Response und Cybersicherheit. Das unterstützt KMU dabei, Bedrohungen frühzeitig zu erkennen, sich effektiv auf den Ernstfall vorzubereiten und dann schnell zu reagieren – so wird der reibungslose Geschäftsbetrieb rasch wieder auf Kurs gebracht.

Auch staatliche Förderprogramme, Brancheninitiativen oder Kooperationen mit Behörden wie dem BSI (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik) können hilfreiche Ressourcen bieten, um die eigene Sicherheitslage zu verbessern.



Der regulatorische Flickenteppich

Eine weitere zentrale Herausforderung für KMU ist die Navigation durch unterschiedliche regulatorische Anforderungen. Selbst Unternehmen mit lokalem Fokus verarbeiten oft Daten, die internationalen Regelungen unterliegen, wenn sie Kunden in den USA, Großbritannien, der EU oder Asien bedienen. Aktuell besonders relevant ist die neue NIS-2-Richtlinie der EU. Sie verpflichtet Unternehmen zu konkreten Maßnahmen in der Cybersicherheit: darunter Risikomanagement, Meldepflichten und technische Schutzmaßnahmen. Auch viele deutsche KMU fallen nun unter die Regelungen, da die NIS-2 in der Regel Unternehmen ab 50 Mitarbeitenden und 10 Mio. Euro Jahresumsatz reguliert, so die Südwestfälische IHK zu Hagen. Daher muss der deutsche Mittelstand nun handeln, um Folgen aus der Nichteinhaltung wie z. B. Bußgelder zu vermeiden. Die Vielzahl an Vorschriften macht das Management von grenzüberschreitender Cybersicherheit komplex. Daher sollten Unternehmen

Experten einbeziehen, um Risiken zu mitigieren und potenzielle finanzielle Schäden zu vermeiden.

Vorbereitung: Das A und O

Eine mehrschichtige Cybersicherheitsstrategie und optimales Risikomanagement können Angriffsrisiken für KMU minimieren, denn Cyberkriminelle suchen meist den Weg des geringsten Widerstands. Trotzdem kann kein Unternehmen zu 100% sicher sein. Deshalb sind ein sorgfältig ausgearbeiteter und eingeübter Business-Continuity-Plan sowie eine Cyberversicherung mit Zugang zu Experten in unserer digitalen vernetzten Welt unerlässlich für ein effizientes Risikomanagement. •

Gesine Froese

Regional Manager Cyber Risks DACH
bei Beazley





© Seventyfour - stock.adobe.com

Mit der Gewerbenorm DIN 77235 zu mehr Erfolg

Abgesehen von den großen Häusern sind die wenigsten Makler in der Lage, sämtliche Risikofelder eines Unternehmens systematisch zu erfassen. Dadurch bleibt viel Geschäftspotenzial auf der Strecke. Abhilfe schafft ein neuer Branchenstandard aus dem Deutschen Institut für Normung.

Die Lebensrealitäten vieler Privatkunden wandeln sich: Selbstständigkeit, freiberufliche Tätigkeiten oder Nebenerwerbe sind längst keine Ausnahme mehr. Damit verschieben sich auch die Anforderungen an eine umfassende finanzielle Beratung. Die betriebliche Sphäre – also die beruflich bedingten Risiken, Vermögenswerte und Absicherungsbedarfe – gewinnt an Bedeutung.

Auch das Umfeld von Mittelständlern ändert sich, Anforderungen werden aufgrund politischer, wirtschaftlicher und, ja, auch klimatischer Risiken immer komplexer. Das stellt Makler und Vermittler vor erhebliche Herausforderungen. Gerade die kleineren Gewerbemakler ohne ein ausgewachsenes Risk-Management, wie es die großen Maklerfirmen vorhalten, kann die Komplexität der finanziellen Bedarfe in diesen Zielgruppen überfordern.

Defizite in der Risikoanalyse bei Gewerbekunden sind weit verbreitet

Kaum ein Privatkunden-Makler, der die betriebliche Sphäre der Selbstständigen, Freiberufler und Kleinunternehmer unter seinen Kunden mit abdecken will, ist in der Lage oder hat die Mittel, die vielen spezifischen Risiken und Bedürfnisse von Gewerbekunden systematisch zu erfassen. Dies führt häufig zu einer fragmentierten Beratung, bei der wichtige Aspekte unberücksichtigt bleiben und die Kunden nicht die umfassende Unterstützung erhalten, die sie benötigen. Das Haftungsrisiko ist damit hoch.

Niemand wird leugnen können, dass derlei Defizite zu Vertrauensverlust bei den Kunden führen müssen. Denn der Blick auf die Branche zeigt im Umgang mit Gewerbekunden einen Flickenteppich aus unterschiedlichsten Analyseverfahren, mit denen jeder

Makler, jede Beraterin zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen muss: Mal tritt nur eine Übersicht zu den in den Augen des Vermittlers wichtigsten Risikofeldern zutage, mal nur zu den Spezialfeldern des jeweiligen Maklers, mal gänzlich unsortiert und mal auf einzelne Themen begrenzt.

Die Folge: Wettbewerber mit anderen Absicherungsprodukten können leicht in den Bestand eindringen und den Kunden womöglich sogar abspenstig machen. Bestandssicherung sieht anders aus. Und davon mal ganz abgesehen: Wie viel Neugeschäft kann einem Makler, einer Maklerin eigentlich entgehen, wenn er oder sie sich nur auf wenige Produktfelder begrenzt?

Viele positive Begleiteffekte: Haftungsreduzierung, mehr Neugeschäft

Auf Basis dieser Gemengelage und der daraus fast naturgesetz-

mäßig folgenden Tatsache, dass viele Makler um das Geschäft mit gewerblichen Kunden einen großen Bogen machen, haben hochkarätige Fachleute der Finanzdienstleistungsbranche, Juristen und Finanzwissenschaftler die DIN-Norm 77235 „Finanz- und Risikoanalyse für Selbstständige sowie kleine und mittlere Unternehmen“ entwickelt – von Experten für Experten. Damit ist ein blinder Fleck in der Beratung von Gewerbekunden beseitigt, positiver ausgedrückt: Gewerbetreibende, Versicherer und Banken bekommen ein Werkzeug geliefert,

- mit dessen Unterstützung sie mit nie da gewesener Genauigkeit und Sicherheit den Finanz- und Absicherungsbedarf von Gewerbetreibenden ermitteln können.
- das ihr Haftungsrisiko deutlich senkt: Die strukturierte Analyse schützt Berater durch nachvollziehbare Dokumentation und reduziert das Risiko von Beratungsfehlern. Anerkannte Beratungsstandards wie Normen haben auch vor Gericht viel Gewicht.
- das Vertrauen erzeugt: Gewerbetreibende kennen aus eigener Erfahrung den Zweck von Normen nur zu gut. Ein entsprechendes Zertifikat wirkt. Darüber hinaus erleben Kunden eine ganzheitliche, verständliche und jederzeit reproduzierbare Analyse und somit anschließend eine hochwertige Beratung – dies schafft Transparenz und stärkt die Bindung.
- das den Bestand festigt: Die ganzheitliche Analyse, aber auch das gestärkte Vertrauen vermindern das Risiko von Piraterie durch Wettbewerber.
- das nicht zuletzt das Neugeschäft forciert: Neue Geschäftsfelder sorgen für Cross-Selling-Potenziale. Die Vertragsdichte pro Gewerbekunde steigt. Die DIN-Norm 77235 öffnet immer wieder auf Neue Gelegenheiten für Marketingaktionen, um im Kundenkontakt zu bleiben – ein Auftragsbuch für die Zukunft gleichsam. Davon profitiert auch das Empfehlungsgeschäft.

Ganzheitliche, individuelle Erfassung von betrieblichen Risiken

Die DIN-Norm 77235, gemeinhin auch „Gewerbenorm“ genannt, ermöglicht die Bestandsaufnahme in fünf Analysebereichen: Haftungsrisiken, menschliche Risiken, Liquiditäts- und Währungsrisiken, Verlust oder Beschädigung von Sachwerten und rechtliche Risiken. Die einzelnen Punkte innerhalb dieser Risikofelder ordnen sich in verschiedene Prioritätsstufen (Risikobewertung). Daraus ermittelt der Makler den individuellen Finanz- und Absicherungsbedarf: Welche Risikoabdeckungen sind sofort oder schnell vorzunehmen, welche gehören in die zukünftige Finanzplanung, wo sind noch spezifische Bedürfnisse des Unternehmens zu berücksichtigen? Insgesamt umfasst die DIN-Norm 52 einzelne Finanzthemen. Wer die DIN 77235 anwendet, kann im Umgang mit seinem gewerblichen Kunden kein Risiko- oder Finanzthema mehr vergessen. Nach der Analyse erfolgen konkrete Handlungsempfehlungen.

Zertifizierte Analysesoftware für mehr Effizienz

Die Umsetzung einer solchen umfassenden Analyse mit vorhandenen elektronischen Hausmitteln oder gar nur mit Stift und Papier ist nicht möglich. Deshalb hält die Branche über die Anbieter Brokerport, Finoso und Thinkurance bereits drei von DEFINO auf die Gewerbenorm zertifizierte Softwarelösungen bereit. Mit ihnen gelangen Makler zu einer erheblichen Effizienzsteigerung. Denn die in Software gegossene Normsystematik erleichtert die umfassende Bestandsaufnahme und schafft einen klaren roten Faden im Beratungsprozess.

Darüber hinaus öffnet die Anwendung der DIN-Norm 77235 auch die Tür ins Privatkundengeschäft. Gewerbetreibenden ist der Nutzen von Normen ganz selbstverständlich und aus ihrer täglichen Arbeit geläufig. Kaum etwas liegt dann näher als die Frage, ob es denn eine solche Norm auch für die Analyse der privaten Finanzen gibt.

Damit ist ein blinder Fleck in der Beratung von Gewerbekunden beseitigt [...].

Ja, die gibt es: die DIN-Norm 77230 „Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte“.

Finanzdienstleister, die sich auf die DIN-Norm 77235 zertifizieren lassen wollen, können sich dazu unter defino.de/zertifizierungen/ erst-zertifizierung informieren. •

Dr. Klaus Möller

Vorstand der DEFINO Institut für Finanznorm AG und Vorsitzender des NAFin (Normenausschuss „Finanzen“) bei DIN



Neue Wege der Risikosteuerung am Beispiel schwerer Sachrisiken

Es muss nicht immer die Prämiensteigerung sein. Prävention durch moderne Brandschutztechnologie und intelligente Risikotragfähigkeitsmodelle wie virtuelle Captives bieten neue Perspektiven, wie die Funk Consulting GmbH darlegt.

Die Versicherbarkeit schwerer Risikobestände wie z. B. im Recycling, von Holz- und Sägewerken oder in der Galvanik steht zunehmend unter Druck. Aufgrund hoher Feuerschäden zogen sich immer mehr Versicherer aus diesen Segmenten zurück. Gleichzeitig sehen sich Risikomanager in diesen Branchen mit signifikanten Selbsthalten konfrontiert. Die klassische Risikotransferstrategie über Versicherungsprämien greift immer weniger. Die Folge: Selbst modernisierte Bestandsanlagen finden kaum mehr Versicherungsschutz zu akzeptablen Bedingungen. Selbsthalte von 250.000 bis 500.000 Euro je Schadenfall sind keine Ausnahme mehr – Tendenz steigend. Die Prämienentwicklung ist ebenfalls drastisch: In den letzten zehn Jahren haben sich die Beiträge teilweise vervierfacht.

Digitale Brandschutztechnologie als „Gamechanger“

Konventionelle Brandschutzmaßnahmen sind seit Jahren bekannt, in der Praxis jedoch nicht immer durchgängig umgesetzt. So sollten Lager- und Produktionsflächen in Brandabschnitte unterteilt werden – eine Selbstverständlichkeit zur Begrenzung der Feuerausbreitung im Schadenfall. Wo großflächige Sprinkleranlagen baulich oder technisch nicht umgesetzt werden können, ist die Installation stationärer Löschanlagen (z. B. Sprühflutanlagen, Wassernebel- oder CO₂-Löschsysteme) insbesondere in Bereichen mit hoher thermischer Belastung oder möglichem Funkenflug erforderlich. Ein ausreichender Sicherheitsabstand zwischen Brandlasten, geeignete, feuerbeständige Wand- und Dachmaterialien sowie rauchdichte Raumabschlüsse sind zwingend.

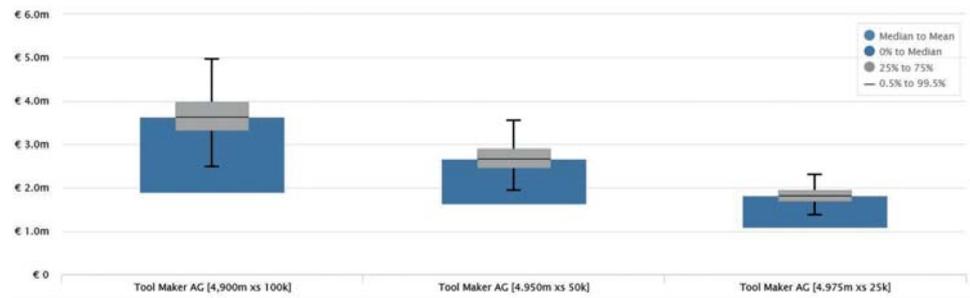
Ebenfalls zur Pflicht gehört ein strukturiertes Brandschutzkonzept, das u. a. regelmäßige Schulungen des Personals, klare Zuständigkeiten und dokumentierte Kontrollgänge umfasst. Die Praxis zeigt allerdings ein anderes Bild: Brandschutzmaßnahmen erfolgen oft reaktiv – etwa nach einer behördlichen Auflage oder einem Großschaden. Eine einheitliche Umsetzung der Empfehlungen ist selten gegeben. Bemängelt werden oft die fehlende Integration moderner Sensorik in bestehende Systeme, die allein auf Sichtkontrollen oder manuelle Eingriffe setzen.

Moderne Detektionssysteme gewinnen an Bedeutung, da sie – etwa auf Basis von Thermografie, KI-gestützter Mustererkennung oder Multisensorik – eine frühzeitige Branderkennung bereits im subkritischen Temperaturbereich ermöglichen, was einen entscheidenden Vorteil gegenüber klassischen punktuellen Brandmeldern darstellt. Kamerasysteme oder Multidetektoren mit KI-gestützter Signalverarbeitung erkennen Schwelbrände innerhalb weniger Sekunden und können gezielt Löschmaßnahmen aktivieren. Besonders wirkungsvoll sind dabei Kombinationen redun-



Die Zukunft gehört den Betrieben, die Risiken aktiv steuern – technologisch wie finanziell.

Vergleich unterschiedlicher Selbstbehaltsoptionen



Mit unterschiedlichen Selbstbehaltsoptionen können die Bedürfnisse der Unternehmen besser abgebildet werden.

(Quelle: Funk Consulting in Abstimmung mit Riskeeper AG)

danter Technologien, z. B. die Verknüpfung von Rauch- und Wärmesensorik mit Videoanalyse. Die Integration solcher digitaler Systeme in konventionelle Brandschutzkonzepte – etwa durch das Zusammenspiel von Sprinkleranlagen mit optischer Detektion und automatisierten Löschtechniken – stellt derzeit einen wirksamen Schutzstandard dar. Bereits mit vergleichsweise überschaubaren Investitionen können signifikante Verbesserungen erzielt werden. Diese Form des „intelligenten Brandschutzes“ ist auch ein zentraler Baustein zur Sicherung der Versicherbarkeit von schwereren Risiken.

Virtuelle Captives und datenbasierte Selbstbehaltsstrategien

Neben der technischen Prävention müssen auch neue Wege der Risikofinanzierung beschritten werden. Klassische Versicherungsmodelle stoßen bei geringen Selbsthalten und limitierten Kapazitäten an Grenzen. Ein derzeit oft diskutierter Ansatz ist die Einführung einer virtuellen Captive als hybrider konzeptioneller Mechanismus zur Risikofinanzierung inklusive Versicherungslösung. Insbesondere bei Selbsthalten > 250.000 Euro je Standort und Prämienvolumen jenseits von 2,0 Mio. Euro in der Feuerversicherung kann ein solcher Ansatz ökonomisch sinnvoll sein – also können so die Gesamtrisikokosten reduziert werden. Um sicherzustellen, dass die gewählten Selbstbe-

haltsmodelle sowohl zur Risikotoleranz des Unternehmens als auch zur operativen Realität passen, bietet Funk mit der Softwarelösung des Partners Riskeeper kostenpflichtig eine strukturierte Selbstbehaltsoptimierung an. Dabei wird ein unternehmensspezifisches Simulationsmodell aufgebaut, das den Wirkungsgrad der aktuellen Selbstbehaltsstruktur analysiert. Auf Basis aktueller Methoden werden risikobezogene Selbstbehalte ermittelt, die sowohl die Budgetziele der Geschäftsführung und Vorstände als auch die Risikotragfähigkeit des Unternehmens berücksichtigen.

Die Methode schafft Transparenz über die tatsächlichen finanziellen Auswirkungen der Eigentragung und liefert objektive Entscheidungskriterien, auch bei sich wandelnden Marktbedingungen. Wie die Abbildung veranschaulicht, erhöht die beispielhafte Anhebung des Selbstbehalts von 25.000 Euro auf 100.000 Euro die Streuung der Schäden im Eigenbehalt und erzeugt Volatilität in der Bilanz. Die virtuelle Captive glättet maßgeblich die Volatilität aus Schäden in der Eigentragung über mehrere Perioden, sodass der Einfluss auf die Bilanz abgepuffert wird. So lassen sich langfristig tragfähige Schwellenwerte für Selbstbehalte und Empfehlungen zur Risikotragung ableiten – ein unverzichtbarer Baustein für Unternehmen, die ihre Total Cost of Risk nachhaltig optimieren möchten.

Für kleinere und mittlere Betriebe, die zu klein für eigene

Lösungen sind, bieten sich branchenspezifische Verbands-Captives an. Über einen Pool können Risiken gemeinsam getragen, Prämien geglättet und eine professionelle Risikosteuerung standardisiert umgesetzt werden. Solche Modelle sind besonders attraktiv für Branchen mit homogener Risikostruktur. Auch hier gilt: Voraussetzung ist eine belastbare Datenbasis sowie eine technologische Grundsicherung zur Minimierung von Schadenfrequenz und -höhe.

Fazit: Vom Versicherungsnehmer zum aktiven Risikomanager

Wer heute noch passiv auf klassische Versicherungslösungen bei schweren Risiken wie Galvanik setzt, riskiert spätestens mit einem Schaden in Millionenhöhe signifikante Verschlechterungen seines Versicherungsschutzes. Die Zukunft gehört den Betrieben, die Risiken aktiv steuern – technologisch wie finanziell. Risikomanager sind damit nicht länger Verwalter von Versicherungsverträgen, sondern Architekten integrierter Sicherheits- und Finanzstrategien. •

Dr. Alexander Skorna

Geschäftsführer der
Funk Consulting GmbH





Gewerbe- und Industrieversicherung unter Druck: Warum Prävention jetzt unverzichtbar wird

In der Gewerbe- und Industrieversicherung gibt es gravierende Engpässe: Eine aktuelle Mitgliederbefragung des BDVM zeigt: Versicherer selektieren strenger, Kapazitäten schwinden. Das treibt Prämien und Selbstbeteiligungen in die Höhe. So reagieren Makler und Unternehmen darauf.

Die Absicherung von Gewerbe- und Industriebetrieben gerät zunehmend unter Druck. Unternehmen und Makler spüren immer stärker, wie sich die verfügbaren Versicherungskapazitäten verknappen. Eine aktuelle Befragung des Bundesverbands Deutscher Versicherungsmakler e. V. (BDVM), durchgeführt von den Versicherungsforen Leipzig, bestätigt diesen Trend. Die Mehrheit der Befragten berichtet von deutlichen bis starken Engpässen, die vor allem das Industriegeschäft betreffen. Verantwortlich dafür sind insbesondere eine strengere Risikoselektion und ein geringerer Risikoappetit der Versicherer.

Um diese Entwicklungen fundiert zu erfassen, beauftragte der BDVM im April 2025 eine Online-Umfrage, an der 128 Mitglieder teilnahmen. Die Befragten vertreten Kunden aus Gewerbe und Industrie, wobei die Verteilung der Geschäftsfelder ausgewo-

gen ist. Ziel der Untersuchung war, den aktuellen Deckungsnotstand zu erfassen, Ursachen zu analysieren und mögliche Lösungswege zu identifizieren.

Industrieversicherung: Kapazitätsengpässe treffen die Risikoabsicherung

Die Ergebnisse zeigen: Drei Viertel der im Industrieversicherungsbereich tätigen Makler bewerten die Absicherung ihrer Industriekunden als schwierig bis sehr schwierig. Im Gewerbegebiet sind es knapp 30%. Besonders ausgeprägt sind die Engpässe bei versicherungstechnischen Risiken wie Feuer, Explosion, Blitzschlag und Leitungswasser (80%), Betriebsunterbrechungen (63%) sowie Naturkatastrophen (44%). Branchen wie Abfallwirtschaft und Recycling sind mit 66% am stärksten betroffen. Für Unternehmen bedeuten diese Engpässe vor allem steigende Prämien und höhere Selbstbeteiligungen.

Doch die Ursachen gehen tiefer. Zwar treten Engpässe oft ab Versicherungssummen von rund 10 Mio. Euro auf, doch die Makler sehen vor allem branchen- und risikospezifische Faktoren als Haupttreiber. Die Absicherungssituation hat sich verschärft, besonders in der industriellen Sachversicherung. Betroffen sind unter anderem Holzverarbeitung, Recycling, Metallverarbeitung sowie Lebensmittel- und Kunststoffindustrie. Die Gründe liegen in einem verminderten Risikoappetit, strengeren Risikoselektionen und höheren Anforderungen an technische und sicherheitsrelevante Ausstattungen.

Versicherungsschutz erschwert: Herausforderungen bei Prämien und Zugang

Diese Kapazitätsengpässe wirken sich unmittelbar auf die Kunden aus. Steigende Prämien, erhöhte Selbstbeteiligungen und verschärfte

Brandschutzaufgaben erschweren den Zugang zu Versicherungsschutz. Besonders kleinere Makler und Kunden mit komplexen Risiken spüren diese Folgen deutlich. Große Makler profitieren dagegen von bevorzugtem Zugang zu Versicherern, was die Marktverhältnisse weiter verschärft. Zudem führt die reduzierte Deckung häufig zu Deckungslücken bei den Kunden.

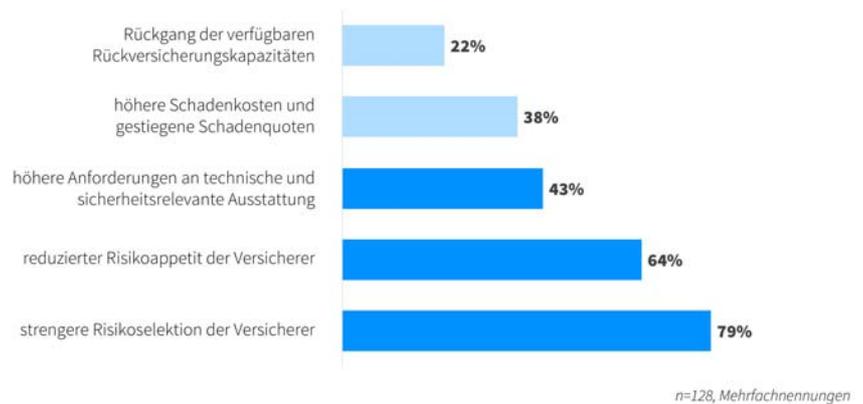
Angesichts dieser Situation setzen Makler verstärkt auf eine offene und frühzeitige Kommunikation mit ihren Kunden. Rund 70% informieren ihre Kunden proaktiv über Marktveränderungen, während 67% ihre Verhandlungsaktivitäten mit Versicherern intensivieren. Auch der Ausbau von Risikomanagement und Präventionsberatung gewinnt an Bedeutung, um die Versicherbarkeit der Kunden zu verbessern. Allerdings hängt der Erfolg von Verhandlungen stark von der Größe des Maklerunternehmens ab.

Lösungsansätze: Kooperationen, Beteiligungen und Prävention

Als Reaktion auf die zunehmenden Engpässe im Markt prüfen zahlreiche Makler neue strategische Ansätze. Knapp die Hälfte der Befragten kann sich Kooperationen vorstellen, während eine ebenso große Gruppe Beteiligungsmodelle als effektiven Weg zur Risikosteuerung favorisiert. Allerdings geht das Beteiligungsgeschäft mit einem deutlich erhöhten administrativen Aufwand einher, bedingt durch die steigende Anzahl beteiligter Versicherer/Polizisten. Die größte Herausforderung in diesem Kontext stellt dabei die Koordination der unterschiedlichen Prämiensätze der beteiligten Versicherer dar.

Die Risikoprävention avanciert zur Top-Priorität: 94% sehen Risikoprävention als entscheidenden Hebel zur Überwindung von Deckungsempässen, wobei bereits 30% der Makler ihre Kunden dabei aktiv unterstützen. Versicherer werden in diesem Zusammenhang als wichtige Impulsgeber für Prävention wahrgenommen. Es besteht jedoch eine gewisse Skepsis hinsichtlich der Bereitschaft der Versicherer, die für Prävention

Worin sehen Sie die **Hauptursachen** der **Kapazitätsengpässe**?



79% sehen strengere Risikoselektion der Versicherer als eine der Hauptursachen für Kapazitätsengpässe.

notwendigen hohen Investitionen auch adäquat durch verbesserte Konditionen zu honorieren.

ESG-Anforderungen schaffen neue Herausforderungen

Ein weiteres Thema, das die Versicherbarkeit erschwert, sind die steigenden ESG-Anforderungen. Über die Hälfte der Befragten sieht hier einen klaren Konflikt. Technologische Neuerungen wie Photovoltaikanlagen oder Wallboxen zielen auf Nachhaltigkeit ab, werden von Versicherern aber als risikosteigernd wahrgenommen und führen häufig zu Ablehnungen bestimmter Branchen. Makler kritisieren, dass Versicherer oft nicht über die nötige Fachkompetenz oder Entscheidungsfreiheit verfügen, um individuelle Lösungen zu finden. Dies führt dazu, dass Unternehmen mit ESG- oder technologiegetriebenen Risiken Schwierigkeiten haben, angemessenen Versicherungsschutz zu erhalten. Nach Ansicht der Befragten könnten Lösungsansätze in einer stärkeren Differenzierung, klareren regulatorischen Vorgaben und einem ausgewogenen Interessenausgleich zwischen allen relevanten Stakeholdern – Versicherern, Maklern und Kunden – gefunden werden.

Fazit: Deckungsempässe gefährden den Wirtschaftsstandort

Die Befragung zeigt deutlich: Der Deckungsnotstand in der

Gewerbe- und Industrieversicherung ist kein vorübergehendes Problem. Er trifft zunehmend auch kleinere und mittlere Makler sowie zentrale Branchen wie Abfallwirtschaft, Recycling, Lagerhaltung, Lebensmittel und Immobilien. Ein stabiler Versicherungsmarkt ist ein wichtiger Standortfaktor für Deutschland. Fehlt ausreichender Versicherungsschutz, drohen Standortverlagerungen, Investitionsrückgänge und Wettbewerbsnachteile. Hier müssen alle Akteure gemeinsam Lösungen entwickeln, um diesen Trend zu stoppen. •

Thomas Billerbeck

Präsident des Bundesverbands
Deutscher Versicherungsmakler e. V.
(BDVM)



Dr. Manuela Wolf

Projektmanagerin Vertrieb
der Zukunft, Versicherungsforen
Leipzig



Privatanleger gehen stärker auf aktive ETFs

Laut einer Untersuchung des Anlegerportals extraETF im Auftrag von J.P. Morgan AM unter 1.000 Personen auf extraETF.com interessieren sich immer mehr Privatanleger für aktive ETFs.

Die große Mehrheit, nämlich 91,3% der Befragten, kennt aktive ETFs als Anlageprodukt. Hiervon sind 40,5% bereits investiert. 34,3% sind noch nicht investiert, denken allerdings über ein Investment nach. Lediglich 25,1% der befragten Privatanleger sind an aktiven ETFs nicht interessiert.

Die zunehmende Bedeutung dieser Produkte lässt sich in Deutschland auch an den investierten Volumina ablesen. Mittlerweile sind etwa 44 Mrd. Euro in aktiven ETFs angelegt. Dies bedeutet eine Verdopplung innerhalb nur eines Jahres. (AC)

FNG positioniert sich klar gegen Rüstungsinvestitionen

Das Forum Nachhaltige Geldanlagen hat seinen jährlichen Marktbericht für nachhaltige Kapitalanlagen vorgestellt. In Anbetracht der jüngsten Debatten, ob Rüstungsanlagen als nachhaltig eingestuft werden können, vertritt das Forum hierbei einen klaren Standpunkt.

Die Erhebung des Marktberichts, an dessen Befragung 89 Finanzinstitute aus dem deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Liechtenstein) teilgenommen haben, zeigt: 72% der erfassten nachhaltigen Geldanlagen in Deutschland schlossen sämtliche Rüstungsgüter in ihren Investitionen aus. In Deutschland lag der Anteil vor drei Jahren bei lediglich 60%. Kontroverse Waffen seien zusammen mit Verstößen gegen Menschenrechte weiterhin das Top-1-Ausschlusskriterium in Deutschland (99%). (AC)

Die Mühlen der Politik ...

... sie mahlen langsam. Und nirgendwo bekommt man dies aktuell mehr mit als bei der Altersvorsorge-reform, insbesondere bei der privaten.

Da hatte die Ampelkoalition kurz vor ihrem Zerbrechen im November 2024 im Grunde solide Vorschläge für die Neuaufstellung der privaten Altersvorsorge in Deutschland in die Wege geleitet. Eine Reform der Riester-Rente und ein staatlich gefördertes Altersvorsorge-depot standen auf dem Plan.

Man muss die Geschichte hier nicht ausmären, es ist allgemein bekannt, was aus den Plänen wurde. War wohl der Satz mit X, zumindest für den Moment. Und was hat man jetzt vor? Abgesehen von den Planungen zur Frühstartrente will sich die Bundesregierung um eine „zügige Umsetzung“ der im Koalitionsvertrag vereinbarten Reform der privaten Altersvorsorge kümmern, wie in der Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Grünen zum Thema zu lesen ist. Das heißt konkret: Eine Rentenkommission soll bis zur Mitte der Legislaturperiode „eine neue Kenngröße für ein Gesamtversorgungsniveau über alle Rentensäulen prüfen“.



Es dürfte schwierig sein, dies anders zu interpretieren als: Bis dahin geht erst mal – richtig – nix. Zwei Jahre also, in denen ein so wichtiges und vor allem drängendes Thema nicht mit konkreten Ideen und Vorschlägen angegangen wird. Dabei gibt es zuhauf Experten, die die durch Alterung der Gesellschaft hervorgerufenen Probleme im deutschen Rentensystem deutlich gemacht haben, und genug Inspirationsquellen, wie die private Altersvorsorge unkompliziert, anlegerfreundlich und zukunftsgerichtet gefördert werden kann.

Die Leserschaft möge folgenden persönlichen Einwurf entschuldigen: Dieser Redakteur befindet sich am Anfang seiner 30er. Von der Politik gesehen fühlt er sich in diesem Punkt nicht. Beim IVFP Diskussionsforum Ende Juni bekannte sich Dr. Carsten Brodesser von der CDU mit nur wenigen Einschränkungen zum oben genannten Gesetzentwurf der alten Ampel. Daher also an dieser Stelle die leicht genervte Frage aus der Ecke der (noch) jungen Generation: Was dauert eigentlich so lang?

Die Zeit zu handeln ist jetzt!

MICHAEL KIND, ASSCOMPACT

KOMMENTAR



**Gemeinsam für
Ihren Erfolg**

R+V-LÖSUNGEN ZU LIQUIDITÄTSSCHUTZ

Sie sorgen für Liquiditätsschutz. Wir haben Einfälle gegen Ausfälle.

Zunehmende Zahlungsausfälle und Insolvenzen sowie steigende Betrugsschäden zehren immer häufiger die Liquiditätsreserven von Unternehmen auf. Aufwendiges Forderungs- und Risikomanagement bringt Unternehmer und Führungskräfte an ihre Grenzen, sie fragen nach Entlastung und Lösungen, um ihre finanzielle Stabilität zu sichern. Unsere Einfälle gegen Ausfälle sind die Antworten für Ihre Kunden. Und Sie überzeugen als ebenso kompetenter wie verlässlicher Partner.

Wir bieten Ihnen dafür umfangreiche Mehrwerte sowie ein ausgezeichnetes Netzwerk: mit innovativen Produkten, zeitsparenden digitalen Services, breitem Experten-Know-how und einer Betreuung, die Sie und Ihre Kunden in den Mittelpunkt stellt.

Gemeinsam für Ihren Erfolg

www.makler.ruv.de/liquidität

R+V

Du bist nicht allein.

Finanzvertrieb 2025: Was sich ändert und wie Vermittler reagieren können

Der Finanzvertrieb steht unter massivem Veränderungsdruck: Digitalisierung, soziale Medien und der tiefgreifende Wertewandel bei jungen Anlegern treffen die klassischen Beratungskanäle hart. Stefan Schmitt vom Haftungsdach-Vermögensverwalter INNO INVEST erläutert, wo Vermittler und Finanzberater ansetzen sollten, um auch morgen noch relevant zu bleiben.

© freshidea - stock.adobe.com

**Nur wer digital
effizient arbeitet,
kann in einem stark
regulierten Umfeld
gleichzeitig kosten-
deckend beraten
und moderne
Kundenerwartungen
erfüllen.**

In Finanz- oder Versicherungsfragen klassische Beratungsangebote wahrnehmen? Viele junge Menschen können sich das nicht vorstellen. Laut einer BaFin-Umfrage aus dem letzten Jahr glauben 60% der 18- bis 45-Jährigen, dass Social-Media-Angebote eine gute Alternative zur professionellen Beratung darstellen. Junge Anleger der Gen Y und Gen Z informieren sich lieber über Finfluencer auf TikTok, YouTube und Instagram. Die Gründe dafür sind vielfältig. Was die Finanzbranche hellhörig machen sollte, ist vor allem dies: Traditionelle Beratungsangebote gelten als wenig vertrauenswürdig. Junge Anleger halten sie für intransparent, teuer oder bevormundend.

Wer glaubt, die Ablehnung des klassischen Finanz- und Versicherungsgeschäfts ginge Hand in Hand mit einem Desinteresse an Finanzthemen, irrt sich. Interessanterweise

ist die junge Zielgruppe zunehmend kapitalmarktaffin. Zwischen 2018 und 2023 hat sich der Anteil der unter 25-Jährigen mit Wertpapiererfahrung fast vervierfacht. Beim Thema Finanzen sind sie selbstbestimmt und digital unterwegs. Junge Anleger sind außerdem kostensensibel. Tendenziell vertrauen sie Direktbanken und Neobrokern; viele setzen auf ETF-Sparpläne. Laut einer Studie des Anlegerportals [extraetf.com](#) im Auftrag von BlackRock nahm die Zahl der monatlich ausgeführten ETF-Sparpläne von 2023 auf 2024 um 42% zu.

WealthTech als neues Betriebssystem des Finanzvertriebs

Wer als Vermittler zukunftsfähig bleiben will, muss seine Beratungsprozesse digital denken: vom Online-Onboarding über automatisierte Geeignetheitsprüfungen bis



hin zu digitalen Kundenportalen und Reporting-Apps. Standardisierte Modellportfolios, skalierbare Plattformlösungen und API-basierte Schnittstellen zu Pools oder Haftungsdächern sind dabei keine Kür, sondern Pflicht. Entscheidend ist ein Schwenk im Mindset: Digitale Tools sollten nicht als technisches Beiwerk, sondern als strategischer Wachstumstreiber verstanden werden. Denn nur wer digital effizient arbeitet, kann in einem stark regulierten Umfeld gleichzeitig kostendeckend beraten und moderne Kundenerwartungen erfüllen.

Vermittler zwischen Aufbruchstimmung und Veränderungsdruck

Klassische Berater sind in der Zwickmühle. Einerseits wächst das Marktpotenzial, andererseits wird ihre Rolle im Anlageprozess margi-

nalisiert, der Druck auf sie wächst: regulatorische Anforderungen, MiFID II, Kostentransparenzpflichten und Dokumentationsauflagen verschärfen das Haftungsrisiko und machen individuelle Beratung zeit- und kostenintensiv. Die Folge: Banken setzen zunehmend auf standardisierte Beratungslösungen – die „McDonaldisierung“ der Vertriebsstruktur ist längst Realität.

Um in diesem Umfeld wettbewerbsfähig zu bleiben, braucht es skalierbare und digitale Lösungsansätze. Der Markt bietet grundsätzlich vier strategische Optionen, jede mit eigenen Vor- und Nachteilen.

Option 1: Unabhängig werden mit der eigenen Portfolioverwaltung

Sie ist der Goldstandard in puncto Unabhängigkeit, aber die Eintrittsbarrieren sind hoch: Wer eine eigene BaFin-Lizenz für Finanzportfolioverwaltung anstrebt, muss Kapital, Compliance-Kompetenz und Geduld mitbringen. Der Break-even liegt bei etwa 150 Mio. Euro verwaltetem Kundenvermögen. Für die meisten kleineren und mittelgroßen Vermittler ist dieser Weg wirtschaftlich nicht tragfähig.

Option 2: Selbstständig sein unter dem Schutz des Haftungsdachs

Schneller Marktzugang bei vollem regulatorischen Rückhalt. Der Vermittler wird zum vertraglich gebundenen Partner unter dem Lizenzschirm eines zugelassenen Instituts. Haftung, MiFID-Compliance, Reporting: All das übernimmt das Haftungsdach. Zudem bieten viele Haftungsdächer moderne White-Label-Lösungen für (digitale) Vermögensverwaltung, Modellportfolios und ESG-Strategien an. Der Vermittler behält die Kundenbeziehung, reduziert seinen Aufwand und bleibt vertriebsfokussiert.

Option 3: Effizienter arbeiten mit Maklerpool und Plattformstrategie

Maklerpools haben sich längst als Infrastrukturpartner etabliert. Sie bündeln Abwicklung, Research, Provisionsabrechnung, Tools und Services – teilweise inklusive angebundener Haftungsdächer. Insbesondere Pools mit starker Digitalplattform ermöglichen Vermittlern

auch ohne eigene Lizenz, Modellportfolios und ETF-Lösungen effizient zu vertreiben.

Option 4: Von Tipgeber-Modellen profitieren

Die schlankste Form der Zusammenarbeit: Vermittler verweisen Kunden an eine lizenzierte Vermögensverwaltung und erhalten eine hohe Tipgeberprovision. Gerade in Kombination mit White-Label-Angeboten lässt sich so ein hochwertiger Vermögensverwaltungsservice anbieten – ohne regulatorische Eigenlast. Der Vermittler bleibt erster Ansprechpartner, die operative Umsetzung erfolgt im Hintergrund.

Wer Zukunft will, muss Entscheidungen treffen

Die Spielregeln im Finanzvertrieb verändern sich radikal. Wer weiterhin ausschließlich auf persönliche Beratung setzt, ohne digitale und regulatorisch entlastende Komponenten zu integrieren, wird mittelfristig vom Markt gedrängt; nicht durch „Big Tech“, sondern aufgrund mangelnder Effizienz, ungünstiger Kostenstruktur und Nichterfüllung der Kundenerwartung.

Die gute Nachricht: Der Zeitpunkt für strategische Neupositionierung war selten besser: Die Nachfrage nach unabhängiger Beratung ist hoch, der Wunsch nach digitalen Lösungen wächst und die technischen Möglichkeiten sind da. Wer jetzt die Stellschrauben neu justiert – ob über Plattformpartnerschaften, Haftungsdächer oder moderne Portfolio-Lösungen –, kann sich nicht nur absichern, sondern im veränderten Marktumfeld gezielt wachsen. •

Stefan Schmitt

Geschäftsführer von INNO INVEST



Häusermarkt: Nachfrage hat deutlich zugelegt



Die Nachfrage nach Häusern ist deutlich höher als nach Wohnungen.

Am Immobilienkaufmarkt bestätigen sich im zweiten Quartal 2025 die positiven Trends der Vorquartale. Laut einer Analyse von ImmoScout24 hat vor allem die Nachfrage am Häusermarkt wieder deutlich angezogen, und zwar um 6%, und erreicht wieder Spitzenwerte wie im Boom-Jahr 2021. Im Jahresvergleich ist die Nachfrage um 11% gestiegen. Bei Einfamilienhäusern im Neubau sind es im selben Zeitraum sogar 16%. Gleichzeitig wird der ländliche Raum für Käufer zunehmend attraktiver. Dies gilt aber für gut angebundene Regionen. In abgelegenen Regionen ist die Nachfrage dagegen eher rückläufig. Die Auswertung von ImmoScout24 zeigt auch, dass die Preise für Einfamilienhäuser im zweiten Quartal stärker gestiegen sind als für Eigentumswohnungen. Gestützt werde dies den Experten zufolge durch die hohe Nachfrage: Die ist für Häuser 1,8 Mal höher als für Wohnungen. Der Blick auf die Preisentwicklung zeigt, dass im zweiten Quartal die Hauspreise in Deutschland deutlich an Fahrt aufgenommen haben: Bestandshäuser wurden um 2,1% im Vergleich zum Vorquartal teurer. Der Quadratmeter kommt nun auf 2.846 Euro. Wer neu baut, zahlt 3.883 Euro und damit 1,9% mehr. Laut ImmoScout24 übertrifft die gesamtdeutsche Preisentwicklung von Neubauhäusern mit einem Plus von 4,9% im Jahresvergleich den Durchschnitt der acht Großstädte von 3,6%. (AC)

Immobilienmaklerquote auf stabilem Niveau

Wie eine Analyse von Sprengnetter und ImmoScout24 zeigt, stabilisiert sich die Immobilienmaklerquote im zweiten Quartal 2025 bei 65%. Die Analyse der zehn größten Städte offenbart regionale Unterschiede. Leipzig liegt in der Rangliste mit einer Quote von 71% vor Hamburg mit 70%. Frankfurt am Main landet mit 60% am Ende des Rankings, München und Köln liegen mit 62% bzw. 63% ebenfalls unter dem bundesweiten Schnitt. Köln weist mit einem Anstieg um 7 Prozentpunkte die stärkste positive Entwicklung im Vergleich zum Vorquartal auf. Positive Entwicklungen sind auch in München (+4 Prozentpunkte), Leipzig (+2 Prozentpunkte) sowie Berlin und Düsseldorf (jeweils +1 Prozentpunkt) zu beobachten. Essen wiederum weist die stärkste negative Entwicklung auf (-5 Prozentpunkte). Auch in Hamburg, Dortmund und Stuttgart haben sich die Quoten jeweils um 3 Prozentpunkte verringert. (AC)

Marktplatz für KI-Agenten in der Immobilienbranche

Mit REAL GAIN ist eine Initiative für KI-Agenten im Immobiliensektor gestartet: Auf einer Plattform können Softwarefirmen ihre KI-Agenten anbieten. Immobilienunternehmen können diese Agenten testen und in ihre eigenen Chatbots integrieren. Dr. Marc Gille, Gründer von Thing-it und Dozent für KI in der Immobilienwirtschaft unter anderem an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart ist Urheber der Initiative. Er hat die Plattform gemeinsam mit Prof. Dr. Christian Schlicht von der Hochschule Fresenius initiiert. Damit nur relevante und hochwertige Agenten auf REAL GAIN verfügbar sind, kümmert sich ein Fachbeirat aus Industrie und Wissenschaft um die Qualitätssicherung. Die Softwarefirmen entscheiden selbst, ob sie ihre KI-Agenten kostenlos bereitstellen oder gegen eine Lizenzgebühr. Wird ein Agent von einem Immobilienunternehmen genutzt, erfolgt die Abrechnung über REAL GAIN. (AC)

Wie viel Wohnfläche bekommen Käufer für 350.000 Euro?

Wie viel Wohnraum gibt es für 350.000 Euro heute im Vergleich zum Jahr 2022? Laut einer Analyse des Portals immowelt bekommen Wohnungskäufer in Großstädten für eine Summe von 350.000 Euro derzeit bis zu 32 m² mehr als im Jahr 2022. Auch wenn die Immobilienpreise zuletzt wieder leicht angezogen haben, bewegen sie sich in den meisten Städten nach wie vor unter dem damaligen Niveau. Im Rahmen der Auswertung wurde beleuchtet, wie sich die leistbare Wohnfläche von Eigentumswohnungen in den 79 deutschen Großstädten verändert hat. Dabei wurde die Quadratmeterzahl verglichen, die Käufer einer Bestandswohnung mit 75 m², drei Zimmern im ersten

Stock und dem Baujahr 1990er-Jahre jeweils im Juni 2020, 2022 und 2025 für ein Budget von 350.000 Euro erwerben konnten. Insgesamt gibt es für Wohnungskäufer derzeit in 72 von 79 deutschen Großstädten für das gleiche Geld mehr Wohnraum als vor drei Jahren. Der längerfristige Vergleich zeigt jedoch ein anderes Bild: Trotz der zwischenzeitlichen Preisrückgänge infolge des Zinsanstiegs sind die Angebotspreise von Bestandswohnungen heute in den meisten Städten nach wie vor deutlich teurer als 2020. Im Vergleich zu damals erhalten Käufer deshalb in den meisten Großstädten weniger Wohnraum für 350.000 Euro als noch vor fünf Jahren. (AC)

ANZEIGE

CYBERATTACKEN IM KEIM ERSTICKT

In einer Welt voller Cyber-Risiken existieren keine Regeln. Mit Full Spectrum Cyber von Beazley bleiben Versicherungsnehmer im Kampf gegen Cyberkriminalität immer einen Schritt voraus - denn eines der besten Teams der Branche hält ihnen den Rücken frei.

#GameOnCyber

Erleben Sie unser Cyber-Ökosystem auf beazley.de



beazley
Insurance. Just different.

Steuerliche Chancen durch Pflegeimmobilien

Immobilien zählen traditionell zu den bevorzugten Anlageformen – zunehmend mit dem Wunsch, nicht nur Rendite zu erzielen, sondern auch gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Pflegeimmobilien vereinen diese Ansprüche: Sie bieten stabile Einnahmen, steuerliche Vorteile und leisten gleich im doppelten Sinne einen wertvollen Beitrag zur Altersvorsorge.

Das Investitionsmodell bei Pflegeimmobilien folgt einem klaren Prinzip: Anleger erwerben einzelne Apartments innerhalb größerer Pflegeeinrichtungen, ähnlich dem Erwerb einer Eigentumswohnung. Sie werden im Grundbuch eingetragen und haben vollen Verfügungsanspruch über das Objekt – inklusive der Möglichkeit zu vererben, zu verkaufen oder zu beleihen. Langfristige Mietverträge mit professionellen Betreibern, die sich auch um die Instandhaltung der Immobilie und vor allem um die Belegung kümmern, sichern stabile Einnahmen. Für die Käufer entfällt damit der Aufwand, der bei herkömmlichen Mietobjekten entsteht. Und selbst bei Nichtbelegung des

Neben den stabilen Cashflows sind es inzwischen vor allem die steuerlichen Aspekte, die Pflegeimmobilien zunehmend in den Fokus rücken.

Apartments fließen die Einnahmen weiter, da Betreiber beziehungsweise Verwalter die Pacht monatlich auf Basis eines Generalmietvertrages auskehren. Letzterer ist in der Regel indexiert und gibt damit eine effektive Antwort auf inflationsbedingte Schwankungen.

Neue steuerliche Hebel durch das Wachstumschancengesetz

Neben den stabilen Cashflows sind es inzwischen vor allem die steuerlichen Aspekte, die Pflegeimmobilien zunehmend in den Fokus rücken. Mit dem im Jahr 2024 verabschiedeten Wachstumschancengesetz wurde dafür ein zentrales Instrument eingeführt: die degressive Abschreibung nach § 7 Abs. 5a EStG für neu errichtete Gebäude. Anleger können danach jährlich 5% des verbliebenen Restwerts ihrer Investitionskosten steuerlich geltend machen. Das bedeutet, dass insbesondere in den ersten Jahren ein massiver steuerlicher Hebel greift.

Ein konkretes Beispiel: Erwirbt ein Käufer ein Pflegeapartment für 200.000 Euro, so kann er im ersten Jahr 10.000 Euro von der Steuer absetzen. Im zweiten Jahr verbleibt ein Restwert von 190.000 Euro – wovon dann erneut 5%, also 9.500 Euro, geltend gemacht werden können. Besonders attraktiv wird die degressive Abschreibung aber in Kombination mit der Sonderabschreibung nach § 7b EStG. Sie greift, wenn Käufer in besonders energieeffiziente Neubauten inves-



tieren – also in Immobilien, die im Standard „Effizienzhaus 40“ mit QNG-Zertifizierung errichtet wurden. In diesem Fall lassen sich über vier Jahre nochmals bis zu 20% der Investitionskosten zusätzlich steuerlich berücksichtigen. In Summe entsteht so ein steuerliches Potenzial von über 40% innerhalb der ersten fünf Jahre. Das führt zu einer spürbaren Entlastung in der Liquiditätsplanung und hat erhebliche Vorteile für die persönliche Ertragsplanung.

Nachhaltigkeit als Investmentkriterium mit Wirkung

Nachhaltig realisierte Pflegeimmobilien sind für Anleger natürlich nicht nur steuerlich attraktiv, sondern auch aus ökologischer Perspektive zukunftsgerichtet. Der Gebäudesektor verursacht global etwa 40% der CO₂-Emissionen. Dementsprechend bedeutend ist hier das Potenzial für Reduktion und Transformation. Moderne Pflegeeinrichtungen setzen auf Technologien wie elementierte Bauweise, Wärmepumpen, Photovoltaikanlagen oder umfassende Dämmkonzepte. Neben klimafreundlichen und positiven gesellschaftlichen Aspekten ergibt sich hieraus ein direkter wirtschaftlicher Nutzen. Energieeffiziente Objekte qualifizieren sich für Förderprogramme – etwa über die KfW –, die zinsgünstige Darlehen oder Tilgungszuschüsse gewähren. Gleichzeitig sinken die laufenden Betriebskosten für den Betreiber, was wiederum die langfristige wirtschaftliche Tragfähigkeit des Objekts sichert.



Wachstumsmarkt mit gesellschaftlichem Bedarf

Pflegeimmobilien sind eine langfristige Anlageklasse mit strukturellem Wachstum. Das Modell ist unabhängig von kurzfristigen konjunkturellen Schwankungen, weil es auf einer demografisch begründeten Nachfrage basiert. Schon heute sind rund 5 Millionen Menschen in Deutschland auf Pflege angewiesen, bis 2055 dürfte ihre Zahl auf 7,6 Millionen steigen. Gleichzeitig fehlen laut Pestel Institut bereits 2 Millionen altersgerechte Wohnungen – eine Zahl, die sich mit dem Renteneintritt der Babyboomer-Generation weiter erhöhen wird. Auch der Bedarf an stationären Pflegeplätzen steigt. Laut RWI – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung werden bis 2040 rund 322.000 zusätzliche Plätze benötigt. Der Investitionsbedarf für Neubau und Revitalisierung von Pflegeeinrichtungen wird auf bis zu 125 Mrd. Euro geschätzt. Planung und Bau laufen dieser Dynamik bisher deutlich hinterher. All das macht klar: Pflegeimmobilien erfüllen nicht nur einen gesellschaftlichen Zweck, sie bieten auch substantielle Marktchancen für langfristig und werteorientierte Investoren, die sinnstiftend anlegen wollen. Denn während andere Märkte volatil oder zyklisch reagieren, bleibt der Bedarf an altersgerechtem Wohnraum und qualitativ hochwertiger Pflege stabil – und steigt über Jahre hinweg. Auch die

nachfrageseitige Perspektive ist vielversprechend: Die sogenannte Babyboomer-Generation legt zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit, Qualität und Serviceorientierung – einhergehend mit einer adäquaten Vorsorge für das eigene Alter. Immobilien, die diesen Anforderungen gerecht werden, erfahren die entsprechend starke Nachfrage – als Wohnform ebenso wie als Kapitalanlage.

Fazit: Pflegeimmobilien als strategisches Investment

Pflegeimmobilien sind heute mehr denn je eine tragfähige Antwort auf zentrale Herausforderungen unserer Zeit: die Alterung der Gesellschaft, den Mangel an Pflegeplätzen und seniorenrechtlichem Wohnraum, den Bedarf an klimafreundlichen Gebäuden – und den Wunsch vieler Anleger nach steuerlich optimierten, stabilen und sinnstiftenden Investitionen. Die neue steuerliche Ausgestaltung, verbunden mit der ökologischen Transformation im Bausektor, verschafft dieser Asset-Klasse ein zusätzliches Momentum. Anleger, die in Pflegeapartments investieren, profitieren nicht nur von regelmäßigen Mieteinnahmen und geringen Verwaltungsaufwänden, sondern auch von deutlich verbesserten steuerlichen Gestaltungsmöglichkeiten. Damit avanciert die Pflegeimmobilie quasi sogar zu einer Steuerimmobilie – eine mit Relevanz, Wirkung und strategischer Tiefe. •

Pflegeimmobilien sind eine langfristige Anlageklasse mit strukturellem Wachstum. Das Modell ist unabhängig von kurzfristigen konjunkturellen Schwankungen.

Sandro Pawils

Chief Sales Officer
der Carestone Gruppe



DKM 2025: Innovation durch Dialog

Bereits seit vielen Jahren ist die DKM der zentrale Treffpunkt für junge Starter und erfahrene Profis der Versicherungs- und Finanzwirtschaft. Jährlich versammelt sich hier die Jungmakler-Community, um die besten Nachwuchsmakler zu küren. Damit schafft die Leitmesse der Versicherungs- und Finanzwirtschaft eine Basis für eine moderne, resiliente und innovationsfähige Versicherungsbranche.

Wenn Erfahrung auf frische Perspektiven trifft, entstehen Lösungen, die die Versicherungs- und Finanzbranche wirklich voranbringen. Genau hier setzt die Leitmesse der Versicherungs- und Finanzwirtschaft, die DKM 2025, mit ihrem vielseitigen Programm an: Sie schafft Räume, in denen unterschiedliche Blickwinkel zusammentreffen – und Innovation durch Gespräche, Impulse und gemeinsame Erkenntnisse entsteht.

Die DKM 2025 versteht sich damit als Impulsgeberin für den Dialog zwischen den Generationen. Vorträge und Networking-Formate fördern gezielt den Wissens- und Erfahrungstransfer zwischen jungen Talenten und etablierten Fachleuten. Die DKM wird damit zu einem aktiven Gestaltungsraum, in dem gemeinsames voneinander Lernen neue Wege öffnet – ob für Produktbereiche wie die Altersvorsorge, Biometrie oder das Gewerbe, ob für Prozesse wie Maklerverwaltungsprogramme oder effektiver Kommunikation in der Leistungs- und Schadenregu-

lierung und natürlich für die Partnerschaften zwischen Maklerhäusern, Versicherern und weiteren Branchendienstleistern.

YOUNG DKM: HIER ENTSTEHT ZUKUNFT

Gleich zum Auftakt am 28.10.2025 lädt die Young DKM dazu ein, gemeinsam Zukunft zu gestalten. Führende Köpfe und frische Stimmen aus dem Markt liefern in spannenden Panels und packenden Keynotes Antworten auf die Frage, was junge Makler heute wirklich brauchen und morgen bewegen werden. Wer hier dabei ist, erlebt echte Inspiration ohne Worthüllen und die Chance, wertvolle Kontakte zu knüpfen.

Auch die Förderer der Young DKM sind persönlich vor Ort. Sie stehen für Dialog auf Augenhöhe und machen erlebbar, warum Zusammenarbeit weit mehr bedeutet als nur einen Vertrag. Hier lernen Sie die Menschen kennen, die Ihre berufliche Entwicklung aktiv begleiten wollen – offen, direkt und verbindlich.





Der zweite Tag, 29.10.2025, wird zum emotionalen Höhepunkt. Die Top-3-Finalistinnen und -Finalisten treten ins Rampenlicht und geben in einem inspirierenden Talk Einblick in ihre persönliche Reise – von Erfolgen bis zu Rückschlägen und der Überzeugung, dass unsere Branche nur dann Zukunft hat, wenn sie junge Talente ernst nimmt.

Daneben warten erneut Panels und Keynotes mit echtem Mehrwert statt austauschbarer PowerPoint-Schlachten. Selbstverständlich stehen auch am zweiten Tag alle Förderer für individuelle Gespräche bereit – für die nächste Idee, den nächsten Schritt, die nächste Partnerschaft. Wir wollen die Grenzen der einzelnen Vertriebswege überschreiten und die Branche miteinander verbinden. Denn die Demografie trifft unserer gesamte Branche, unabhängig vom Vertriebsweg.

VERLEIHUNG DES UNTERNEHMER-ASS

Am zweiten Messetag, 29.10.2025, kommen nachmittags dann die etablierten Maklerbetriebe zum Zug. Denn es steht die Verleihung des „Unternehmer-Ass 2025“ an. Bereits seit 2006 gibt es die Auszeichnung und seit 2023 werden auch Maklerhäuser prämiert. BVK, Versicherungsmagazin, Institut Ritter und das Fachmagazin AssCompact vergeben den Award an die jeweils besten Versicherungsagenturen und Versicherungsmakler. Die Bewerbungsfrist läuft noch bis zum 30.09.2025. Weitere Informationen dazu finden Sie unter unternehmerass.de.

Im Überblick

Dienstag, 28.10.2025

09:00–18:30 Uhr
Entscheider-Lounges

11:00–18:30 Uhr
Messebetrieb

13:00–18:00 Uhr
Kongressprogramm

18:30–01:00 Uhr
Abendveranstaltung Meet-up

Mittwoch, 29.10.2025

09:00–16:00 Uhr
Messebetrieb und Entscheider-Lounges

09:30–15:30 Uhr
Kongressprogramm

DKM Kongresse – Ihr Wissensvorsprung

Die DKM 2025 hält ein volles Wissens- und Weiterbildungsprogramm für Fachbesucher parat. Insgesamt 16 Kongresse sind es diesmal an der Zahl – verteilt auf Dienstag und Mittwoch. Hier gibt es den Überblick.

ALTERSVORSORGE: ALTERSVORSORGE IM UMBRUCH – ODER LÄNGST AUF KURS?

Steckt die Altersvorsorge in einer Phase tiefgreifender Veränderung – oder erleben wir lediglich ein neues Kapitel im bekannten Zyklus? Fest steht, dass globale Entwicklungen, volatile Märkte und politischer Reformdruck neue Anforderungen an Vermittler und ihre Kunden stellen. Beim Kongress Altersvorsorge auf der DKM 2025 beleuchten unsere Experten die aktuellen Chancen in der Beratung von Altersvorsorgelösungen wie z. B. Fondspolicen, Basisrenten und bAV. Freuen Sie sich auf komprimierte Impulse, kontroverse Diskussionen und praxistaugliche Vertriebsansätze, die Sie unmittelbar umsetzen können.

In Kooperation mit



ARBEITSKRAFTABSICHERUNG: MEHR REICHWEITE TROTZ WIRTSCHAFTLICHER HERAUSFORDERUNGEN

Chancen erkennen, Potenziale heben, Wachstum gestalten! Wirtschaftliche Unsicherheit? Ihre Chance als Vermittler! Wo der Sozialstaat an Grenzen stößt, braucht es kluge Beratung. Die Absicherung der Arbeitskraft wird zum Schlüsselfaktor – für Ihre Kunden und Ihren Erfolg. Der AKS-Kongress auf der DKM gibt Ihnen alles an die Hand: fundiertes Wissen, praxistaugliche Lösungen und neue Impulse. Jetzt ist Ihre Zeit!

In Kooperation mit

Franke  Bornberg

BIPRO: DER WEG ZUM DIGITALEN MAKLERBÜRO – BIPRO IN NEUER DIMENSION!

Der BiPRO e. V. lädt Sie herzlich zum neu gestalteten BiPRO Themenpark & Kongress auf der DKM 2025 ein. Freuen Sie sich auf neue Formate, mehr Tiefe, echte Praxisbeispiele – und digitale Lösungen, die Sie direkt weiterbringen. Der Weg zum digitalen Maklerbüro – BiPRO in neuer Dimension! Der BiPRO e. V. lädt Sie herzlich zum neu gestalteten BiPRO Themenpark & Kongress auf der DKM 2025 ein. Freuen Sie sich auf neue Formate, mehr Tiefe, echte Praxisbeispiele – und digitale Lösungen, die Sie direkt weiterbringen.

In Kooperation mit



BESTAND UND NACHFOLGE: IHR WEG ZUR ZUKUNFTSSICHERUNG BEGINNT HIER

Die eigene Nachfolge zu regeln oder ein bestehendes Maklerunternehmen zu übernehmen – beides sind unternehmerische Entscheidungen mit Tragweite. Beim Kongress Bestand & Nachfolge auf der DKM 2025, kuratiert vom Resultate Institut, erhalten Sie fundierte Impulse, konkrete Strategien und echte Einblicke aus der Praxis. Sie sind Makler:in mit dem Wunsch, sich zur Ruhe zu setzen oder Ihr Unternehmen in neue Hände zu geben? Oder Sie planen den Einstieg in die Branche durch die Übernahme eines Bestands? Dann ist dieser Kongress Ihr Pflichttermin!

In Kooperation mit



BETRIEBLICHE ABSICHERUNG: WENN NICHT JETZT, WANN DANN?

Nie war es – sowohl für Unternehmen als auch für deren Beschäftigte – bedeutsamer, Arbeitnehmer betrieblich abzusichern. Damit geht die Forderung nach neuen Konzepten zur betrieblichen Absicherung einher. Nur mit starken Konzepten und Argumenten gelingt es Beratern, Firmenkunden zu binden und neue Firmenkunden zu gewinnen. Der Kongress „Betriebliche Absicherung“ lässt Experten aus der Lebens-, Kranken- und Pflegeversicherung sowie aus der Beratung zu Wort kommen, die Konzepte für die erfolgreiche Vermarktung und die langfristige und nachhaltige Firmenkundenbindung anschaulich präsentieren und gemeinsam mit den Teilnehmern des Kongresses diskutieren.

In Kooperation mit



CYBERVERSICHERUNG: CYBERVERSICHERUNG IM REALITÄTSCHECK – MARKTTRENDS UND ECHE SCHADENFÄLLE IM FOKUS

Cyber bleibt eines der dynamischsten Themen der Versicherungswelt – und zugleich eines der anspruchsvollsten. Neben einem aktuellen Marktüberblick stehen in diesem Jahr die realen Erfahrungen aus Schadenfällen im Mittelpunkt. Was passiert im Ernstfall wirklich? Wie reagieren Versicherer, wie handeln Kunden und wo zeigt sich Optimierungsbedarf in Policen, Prozessen oder Prävention? Wir werfen gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus Underwriting, Schadenregulierung und IT-Sicherheit einen kritischen Blick hinter die Kulissen realer Cyberfälle. Lernen Sie aus konkreten Fällen, diskutieren Sie Lessons Learned – und erfahren Sie, welche Entwicklungen den Markt aktuell prägen.

In Kooperation mit



EINSTIEG – UMSTIEG – AUSSTIEG: LEBENSZYKLUSBEGLEITUNG DES MAKLERBETRIEBS

Wie jedes Unternehmen durchläuft auch der Maklerbetrieb einen Lebenszyklus. Über die Besonderheiten dieses Geschäftsmodells vom Einstieg über Umstiegsoptionen bis zum Ausstieg aus dem aktiven Erwerbsleben berichtet in diesem Kongress der Berufs- und Unternehmerverband BVK e. V. Getragen wird die Veranstaltung sowohl von externen Experten für die einzelnen Phasen wie auch von den Erfahrungen aus Tausenden von Beratungsgesprächen, die der Verband jährlich mit seinen Mitgliedsbetrieben führt.

In Kooperation mit



FEMSURANCE: FRAUEN GESTALTEN ZUKUNFT

Unsere Branche steht vor großen Herausforderungen – und ebenso großen Chancen. Eine davon: das bislang ungenutzte Potenzial von Frauen. Denn wer Vielfalt lebt, sichert sich Zukunft. FemSurance ist die Bühne für starke Stimmen, kluge Köpfe und neue Perspektiven in der Versicherungswirtschaft. Hier treffen sich Entscheider:innen, Aufsteiger:innen und Zukunftsgestalter:innen – um zu diskutieren, zu inspirieren und gemeinsam Haltung zu zeigen.



GEWERBEVERSICHERUNG: GEWERBE 2030 – WARUM FIRMENKUNDEN JETZT SPANNENDER SIND ALS JE ZUVOR!

Erlebe, warum die Firmenkundenberatung jetzt spannender ist als je zuvor – smart, spezialisiert und skalierbar. In spannenden Panels, Deep-Dives und Impulsen geben führende Makler, Underwriter und Vertriebsprofis Einblicke in die Strategien, Tools und Denkweisen, mit denen Sie bereits heute den Markt von morgen erobern.

In Kooperation mit



INSURANCE INNOVATION & TECHNOLOGY: KI UND CO.: EIN BLICK AUF DIE ZUKUNFT DER BRANCHE

Kostendruck, regulatorische Anforderungen, technologische Umbrüche und veränderte Kundenerwartungen – die Versicherungsbranche steht vor komplexen Herausforderungen. Der Kongress Insurance Innovation & Technology beleuchtet, wie innovative Geschäftsmodelle, digitale Lösungen und intelligente Prozesse dabei helfen, die Zukunft erfolgreich zu gestalten. Erleben Sie zwei Tage voller Expertenwissen, Strategiedialoge und praxiserprobter Erfolgsmodelle – mit Fokus auf das, was wirklich zählt: konkrete Lösungen für den Wandel.

In Kooperation mit



INVESTMENT: ZINSEN, KI, ELTIF – WOHIN STEUERT DIE INVESTMENTWELT?

Fallende Zinsen verändern den Anlagekompass – und eröffnen Chancen, etwa durch Wandelanleihen als Brücke zwischen Anleihen- und Aktienwelt. Auch für die private Altersvorsorge ergeben sich neue Impulse, nicht zuletzt durch anlegerfreundlichere Rahmenbedingungen für ELTIFs. Parallel hält der KI-Fortschritt Einzug in Beratung, Produktdesign und Risikomanagement. Die Digitalisierung entwickelt sich somit zum Treiber für Effizienz und Kundenbindung. Der Kongress Investment beleuchtet in Diskussionen und Vorträgen diese Trends fundiert und zukunftsgerichtet.

In Kooperation mit



MAKLERMARKT 2030

Wohin steuert der Maklermarkt 2030 – und wer spielt künftig noch mit? Der Kongress „Maklermarkt 2030“ nimmt aktuelle Entwicklungen rund um Bestandsübernahmen, Vermittlerstrukturen und Rollenbilder ins Visier. Vom Markt der großen Industriemakler über Maklerpools und Verbände bis zum Ende des Einzelkämpfers: Diskutiert werden Trends, Thesen und echte Zukunftsfragen. Wer verstehen will, wohin die Reise auf dem Maklermarkt geht, sollte diesen Kongress nicht verpassen. Der Kongress findet am Mittwoch, 29.10.2025, statt.

In Kooperation mit



MARKTUMFELD GEWERBE, INDUSTRIE, LEBEN: AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN IM MARKTUMFELD FÜR VERSICHERUNGSMAKLERUNTERNEHMEN

In bewährter Weise thematisieren die Beiträge auf dem diesjährigen Kongress Marktumfeld Gewerbe/ Industrie/Leben die aktuellen Entwicklungen im Markt – mit Schwerpunkten auf den Themen Deckungsnotstände, Digitalisierung und Demografie.

In Kooperation mit



PERSPEKTIVE 360 GRAD: DIE BÜHNE FÜR STARKE IMPULSE AUS DER VERSICHERUNGSWELT

Vielseitig. Hochkarätig. Am Puls der Zeit. Der neue Kongress „Perspektive 360 Grad“ bietet Raum für das, was die Branche wirklich bewegt – mit einem Programm, das so vielfältig ist wie der Versicherungsmarkt selbst. Erleben Sie Top-Vorträge führender Versicherer, die aktuelle Entwicklungen, innovative Produkte, strategische Einblicke und vertriebliche Impulse aufgreifen – kompakt, praxisnah und auf den Punkt.



PROZESSE UND IT: EFFIZIENTERE ABLÄUFE IM VERMITTLERBÜRO DURCH DEN EINSATZ DIGITALER TOOLS

Vertriebssoftware unterstützt Vermittler dabei, den Arbeitsalltag besser zu strukturieren und Aufgaben effizient zu organisieren. Da Kundengespräche immer häufiger digital – per E-Mail, Video-Call oder Social Media – stattfinden, gewinnen spezielle Anwendungen für Vertriebssteuerung und -planung zunehmend an Bedeutung.

In Kooperation mit



VERMITTLERERFOLG: BERATUNGS- UND ENTWICKLUNGSKONGRESS FÜR MAKLERBETRIEBE

Erfolg bedeutet für Makler 2025 immer mehr Automation, professionelle Abläufe, von selbst laufende Prozesse. Wie kann der eigene Betrieb zeitsparend und modern geführt werden? Im Kongress Vermittlererfolg 2025 geht es genau darum. Sie erfahren z. B., wie Kollegen in der Branche bereits enorm effektiv KI nutzen. Sie erfahren, wie die Gewinnung eigener Kunden immer mehr automatisiert wird. Vor allem erfahren Sie aber, wie es Ihnen heute gelingt, Ihren Maklerbetrieb wirklich weiterzuentwickeln. Der Kongress Maklererfolg garantiert Ihnen 100% Praxisnähe, direkt umsetzbar in Ihrem Unternehmen.

In Kooperation mit



Neues aus der Speaker's Corner

WENN DAS WETTER ZUM MILLIARDENRISIKO WIRD

2025 begann für die internationale Versicherungslandschaft mit einem Paukenschlag: Waldbrände in der Metropolregion Los Angeles verursachten versicherte Schäden in Höhe von geschätzten 40 Mrd. US-Dollar. Modellanalysen des Swiss Re Institute zeigen, dass die weltweiten versicherten Schäden in einem Spitzenjahr auf über 300 Mrd. US-Dollar steigen könnten. In Deutschland beliefen sich die durch Naturkatastrophen verursachten Schäden 2024 auf rund 6,5 Mrd. US-Dollar, davon waren nur 2,4 Mrd. US-Dollar versichert.

Welche Schlüsse die Assekuranz daraus ziehen sollte, welche Rolle Prävention sowie Schadenmanagement spielen und ob die Branche selbst ihre Nachhaltigkeitsstrategie überdenken muss, diskutiert das Talkformat VersicherungswirtschaftCLUB im Rahmen der DKM 2025 mit Thomas Bischof, Vorstandsvorsitzender der Barmenia Allgemeine Versicherungs-AG, Gothaer Allgemeine Versicherung AG, Gothaer Vertriebs-Service AG, Jens Florian-Jansen, CEO Marsh Deutschland, Christine Kaaz, Konzernvorstand Schadenversicherung bei der NÜRNBERGER, und Dr. Malte Reineke, Partner, Praxisgruppe Versicherungen bei Bain & Company. Die Diskussion moderiert David Gorr, Wirtschaftsredakteur beim Verlag Versicherungswirtschaft.



Thomas Bischof
BarmeniaGothaer



Jens Florian-Jansen
Marsh Deutschland



Christine Kaaz
NÜRNBERGER



Dr. Malte Reineke
Bain & Company



David Gorr
Versicherungswirtschaft Verlag

Dienstag, 16:00–16:30 Uhr, Halle 2

FRIEDEN, DEMOKRATIE, EUROPA UND UNSERE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT SCHEINEN IN GEFAHR: DENNOCH ANLÄSSE FÜR OPTIMISMUS

Krisen prägen die Gegenwart – geopolitisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich. Doch wer genau hinschaut, erkennt auch starke Signale der Stabilität, der Erneuerung und des Fortschritts. Warum gerade jetzt Mut, Innovationskraft und ein klarer Blick auf Europa gefragt sind, zeigt der Keynote-Vortrag von Christian Wulff, Bundespräsident a. D.

Mittwoch, 12:00–12:45 Uhr, Halle 2



Christian Wulff,
Bundespräsident a. D.

Diese Aussteller sind schon dabei

A · ADAM RIESE · ADCURI · ADESSO · ADVIGON · AEIFORIA · AFC CLAIMS · AFORI · AFW · AGREE & SIGN · ALLIANZ · ALH GRUPPE · ALTE OLDENBURGER · ALTERGY · AMPEGA · AO NOW · APELLA AG · APRIL INTERNATIONAL · ARAG · ARUNA · ASSCOMPACT · ASSFINET · ATTIKON · AURIMENTUM · AUSTRIAN ANADI BANK · AUXILIA · AVENTUS · AXA · **B** · B+M INFORMATIK · BALOISE · BAOBAB · BARMENIAGOTHAER · BARON TECHNOLOGIES · BAVONLINE · BBG BETRIEBSBERATUNGS GMBH · BCA · BDVM · BEAZLEY SOLUTIONS · BELFOR · BERKLEY · BFV · BGV · BIG DIREKT · BIPRO · BIPRO SERVICE · BIT CAPITAL · BLAU DIREKT · BREFFKA & HEHNKE · BRICKS & MORTAR · BROCKHAUS · BVK · BVK BRANDGILDE · BVS · **C** · CANADA LIFE · CARESTONE GROUP · CASH MEDIA · CGPA EUROPE · CLAIMBIRD · CLEO & YOU · CODIE · COGITANDA · CONCORDIA · CONDOR · CONTINENTALE · CONVISTA · CYBERDIREKT · **D** · DAK · DAS INVESTMENT · DELA · DELOITTE · DEURAG · DEUTSCHE MAKLER AKADEMIE · DIALOG · DI DEUTSCHLAND IMMOBILIEN · DIE BAYERISCHE · DIGITAL BROKING · DOMCURA · DOMICIL · DOMKE ADVICE · DREIFACH.AI · DWS · **E** · EASY LOGIN · ERGO · ERL IMMOBILIEN AG · EUROPA · EYE SECURITY · **F** · FALC IMMOBILIEN · FB RESEARCH · FIDELITY · FINANZCHECKPRO · FINANZGENIES · FINANZRITTER · FINANZWELT · FINCON REPLY · FINO DIGITAL · FLIXCHECK · FONDSKONZEPT · FRANKE UND BORNBERG · FRANKLIN TEMPLETON · **G** · GERMANBROKER.NET · GEV · GEWERBE ACADEMY · GLS INVESTMENT · GREENSURANCE · GVO · **H** · HÄGER · DIE HAFTPFLICHTKASSE · HANNOVERSCHE · HANS JOHN · HANSEMERKUR · HDI · HELMSAUER & KOLLEGEN · HISCOX · HYPOPORT · **I** · IK – DIE INNOVATIONSKASSE · IKK CLASSIC · INSTITUT RITTER · INSURMAGIC · INTER · INTERLLOYD · INTERRISK · INVEDA.NET · ITZEHOER · **J** · J.P. MORGAN · JIL LANGWOST · JURA DIREKT · **K** · KAHADO · KEASY · KONZEPT & MARKETING · KOTAX HERITAGE · KRAVAG · **L** · LANDESKRANKENHILFE · LV 1871 · **M** · M&G INVESTMNETS · MANNHEIMER · MARKEL · MATERNA · MB SUPPORT · MEDIOLANUM · MÜNCHENER VEREIN · MUFFINTECH · MUNICH PRIVATE EQUITY · MVK · MYSOLUTION SOFTWARE & CONSULTING · **N** · NEODIGITAL VERSICHERUNG · NOVEM GOLD · NRW BANK · NÜRNBERGER · NV VERSICHERUNGEN · **O** · OBERÖSTERREICHISCHE VERSICHERUNG · OCC · ODDO BHF · ÖKOWORLD · OTTONOVA · **P** · P&P GROUP · PANGAEA LIFE · PFEFFERMINZIA · POLICEN DIREKT · POSTEX · PROCHECK24 · PROCONTRA · PROFINO · PROKUNDO · PROTECT · PROVECTUS · PROVINZIAL · **R** · R+V · RHENUS OFFICE SYSTEMS · RHION.DIGITAL · RISK EXPLORER · ROYAL LONDON · **S** · SCHLESWIGER VERSICHERUNGSVEREIN · SDV · SEB · SECHZEHN54 · SETANTA · SIGNAL IDUNA · SKENDATA · SPRINGER · STOIK · STUTTGARTER · SÜDDEUTSCHE KRANKENVERSICHERUNG · SWISS LIFE · **T** · TEAM NEUSTA · TECKPRO · THINKSURANCE · **U** · UELZENER · UNIVERSA · **V** · VANGUARD · VEMA · VEMAMEDIA · VERSDIAGNOSE · VERSICHERUNGSKAMMER MAKLERMANAGEMENT · VERSICHERUNGSJOURNAL · VFM · VHV · VIER · VOLKSWOHL BUND · VPV · **W** · WECHSELPLOT · WECOYA UNDERWRITING · WIP MAKLERVERBUND · WOLTER HOPPENBERG · WÜRTEMBERGISCHE · WWK · **X** · XAVER · XEMPUS · **Z** · ZURICH

Stand: 15.07.2025

Dieses Jahr u.a. neu mit dabei



blaudirekt

Deloitte.

HELMSAUER

GRUPPE

inter
VERSICHERUNGSGRUPPE

policendirekt
... einfach mehr Wert!



Wer den Schaden hat ...

Die Schadenregulierung befindet sich, wie der Rest der Branche, im Wandel. Zwischen Digitalisierung, Kostendruck und sich ändernden Kundenbedürfnissen müssen Versicherer – und Makler – zeigen, dass sie für ihre Kunden da sein können, wenn es zählt. Worauf kommt es heute in der Schadenregulierung an?

„Wer den Schaden hat, braucht für den Spott nicht zu sorgen“, lautet ein bekanntes Sprichwort. Das ist eine Redewendung, mit der sich wohl vor allem Versicherungskunden, die mit einem Schadenfall konfrontiert sind, identifizieren können. Ironie oder sogar Zynismus ist für die meisten Geschädigten in dieser Situation fehl am Platz. Denn sie brauchen und wollen vor allem, dass ihr Schaden schnell, effizient und transparent reguliert wird.

Für Versicherer ist die Schadenregulierung der ebenfalls sprichwörtliche Moment der Wahrheit. Denn ein positives Erlebnis bleibt im Schadenfall wohl genauso in Erinnerung wie ein negatives. Daher sind reibungslose Abläufe, klare Kommunikation, nachvollziehbare Entscheidungen und zügige Zahlungen nicht Kür, sondern Pflicht. Klappt das nicht, kommt vonseiten der Kunden oft Frust auf. Im schlimmsten Fall endet das für den Versicherer in Imageverlust und/oder Abwanderung.

Der Makler: Bindeglied zwischen Versicherer und Kunde

Auch für Makler ist der Schadenfall eine Bewährungsprobe. Kommt es zu Problemen, wirkt sich das nicht nur auf den Versicherer aus, sondern nicht selten auch auf den Ruf des Maklers. Gelingt es dem Makler allerdings, den Kunden transparent und zügig durch den Prozess zu leiten, mit minimalem Aufwand für den Kunden, dann ist das besser als jedes Marketingtool.

So sehen das auch Michael Richthammer, Geschäftsführer bei Richthammer Versicherungsmakler GmbH & Co. KG, und Burkhard Brämer, geschäftsführender Gesellschafter und CEO der bauass Versicherungsmakler GmbH + Co. KG. Im AssCompact Interview sprechen sie darüber, wie Makler bei dem Thema punkten können.

Schadenregulierung: Was ist Maklern dabei wichtig?

Was ist eigentlich Maklern beim Thema Schadenregulierung auf Versichererseite wichtig? Das und auch, woran es ihrer Meinung nach

hapert, das stellt das Sonderthema in mehreren Grafiken aus der Studie AssCompact TRENDS II/2025 vor.

Dabei geben mehr als die Hälfte der befragten Makler an, dass sie mit der Regulierungsdauer auf Versichererseite nicht zufrieden sind.

Das ist auch die Finanz- und Versicherungsaufsicht BaFin teilweise nicht. Sie hat angesichts der steigenden Anzahl von Verbraucherbeschwerden eine Aufsichtsmitteilung zur Bearbeitungsdauer von durchschnittlich gelagerten Fällen veröffentlicht. Im Interview erklärt BaFin-Exekutivdirektorin Julia Wiens, warum die Aufsicht Verbraucherschutz vermehrt in den Fokus nimmt und welche Maßnahmen zur Verfügung stehen, sollten weitere Verzögerungen entstehen.

Digitalisierung, Inflation und andere Herausforderungen

Die Digitalisierung ist für Versicherer längst kein Trend mehr, sondern ein unverzichtbares Muss, um Kunden zu gewinnen und zu halten. Dadurch hat sich aber auch der Prozess der Schadenregulierung verändert. Leider steckt die Digitalisierung häufig in Insellösungen fest. Versicherer müssen mit einem intelligenten, ganzheitlichen Ansatz arbeiten – nur dann ist die Gesamtheit mehr als die Summe ihrer Teile, schreibt das Technologieunternehmen 3C Deutschland, das seit 2006 Versicherer bei der Digitalisierung und Automatisierung unterstützt.

Doch nicht nur der digitale Fortschritt hat Einfluss auf die Schadenregulierung. Wirtschaftliche Umstände wie die Inflation und die Zinsachterbahn wirken sich deutlich auf Schadenkosten aus – und damit auch auf den Versicherungsschutz. Vielen Versicherten droht unbemerkt das Risiko der Unterversicherung, schreibt Konrad Hahn von der gvp Gesellschaft für Versicherungsprüfung mbH. Das kann im schlimmsten Fall existenzbedrohend sein. Hahn erklärt, wie ein solches Risiko vermieden werden kann.

Pflichten für Makler in der Schadenregulierung

Um das Sonderthema abzurunden, detailliert Rechtsexperte

Sonderthema im Überblick

Inflation, Lieferengpässe, Zinsen: Was treibt die Schadenkosten?	60
Welche gesetzlichen Verpflichtungen im Schadenfall zu beachten sind	62
„Unbegründete oder gar systematische Leistungsverzögerungen duldet die BaFin nicht“	65
So sehen Makler das Thema Schadenregulierung	66
Warum eine reibungslose Schadenregulierung auch für Makler entscheidend ist	68
Schadenmanagement 4.0: KI revolutioniert die Bearbeitung	70

Stephan Michaelis in seinem Fachbeitrag, welche rechtlichen Pflichten den Versicherungsmakler bei der Schadenregulierung treffen. Was muss er beachten, wenn er einen bestehenden Versicherungsvertrag übernimmt? Kann er die Unterstützung im Schadenfall einschränken? Und was ist im Bereich rechtlicher Beratung erlaubt?

Fazit

Die Schadenregulierung steht heute unter anderen Vorzeichen als in der Vergangenheit. Für Versicherer, Makler und Dienstleister bedeutet das, dass Prozesse, Kommunikation und Zuständigkeiten neu gedacht und aufgestellt werden müssen. Das ist nicht immer einfach, aber gelingt es, ist es nicht nur ein starkes Mittel zur Kundenbindung, sondern auch ein Beweis für die Zukunftsfähigkeit der Branche. •

Jennifer Schebella, AssCompact



Inflation, Lieferengpässe, Zinsen: Was treibt die Schadenkosten?

Steigende Schadenkosten treiben nicht nur Prämien in die Höhe, mit ihnen steigt auch das Risiko der Unterversicherung. Werden Versicherungsverträge nicht regelmäßig überprüft und angepasst, kann dies im Schadenfall existenzgefährdend sein. Was Vermittler und Versicherungsunternehmen tun sollten, dass es nicht so weit kommt.

Die Zeiten moderater, planbarer Preissteigerungen sind vorbei. Unternehmer und Versicherer sehen sich mit Kostenentwicklungen konfrontiert, die schwer vorhersehbar und noch schwerer kalkulierbar sind. Baupreise steigen, Material fehlt, Personal ist knapp – und all das schlägt direkt auf die Schadenregulierung durch.

Gleichzeitig fehlen den Versicherern Einnahmen: In der langjährigen Niedrigzinsphase sind die Erträge aus Kapitalanlagen eingebrochen. Das hat dazu geführt, dass viele Versicherer Zurückhaltung üben – auch bei der Regulierung größerer Schäden.

Für Unternehmen bedeutet das: Die eigene Versicherungssumme muss realistisch bemessen sein. Denn Preissteigerungen führen sonst zu einer finanziellen Lücke, und das trotz Versicherungsschutz.

Die unsichtbare Gefahr: Unterversicherung

Steigende Preise wirken sich auch auf den Versicherungsschutz aus – und zwar oft unbemerkt. Denn viele Verträge beruhen auf Schätzwerten, die bei Vertragsabschluss einmalig festgelegt wurden. Werden diese nicht regelmäßig aktualisiert, droht im Schadenfall eine Unterversicherung.

Unterversicherung bedeutet: Die vereinbarte Versicherungssumme ist niedriger als der tatsächliche Wiederherstellungswert. Im Falle eines Totalschadens zahlt der Versicherer nur bis zur vereinbarten Summe. Bei Teilschäden wird sogar anteilig gekürzt.

Ein Beispiel: Wird ein Gebäude mit einem tatsächlichen Neuwert von 3 Mio. Euro nur mit 2 Mio. Euro versichert, ersetzt der Versicherer bei einem Teilschaden von 1 Mio. Euro lediglich zwei Drittel – also rund 667.000 Euro.

Gerade in Zeiten sprunghafter Preissteigerungen im Baugewerbe kann diese Lücke existenzgefährdend sein. Umso wichtiger ist deshalb, die Versicherungssumme realistisch zu ermitteln und sie regelmäßig mittels Index anzupassen.

Versicherungswert korrekt ermitteln und aktuell halten

Die Grundlage jeder Versicherung ist die richtige Höhe der Versicherungssumme. Doch genau hier passieren viele Fehler. Häufig orientieren sich Unternehmen an früheren Anschaffungskosten mit Rabatten oder dem Buchwert – also daran, was eine Anschaffung oder Wiederherstellung ursprünglich gekostet hat.

Auch selbst gebaute oder gebraucht erworbene Maschinen und selbst erstellte Gebäude müssen zum üblichen Neupreis bewertet

werden. Besonders tückisch ist die fehlerhafte Zuordnung: Wird ein Lastenaufzug etwa als Gebäudeteil statt als Betriebseinrichtung deklariert, kann das im Schadenfall zu Abzügen führen. Umgekehrt zählt ein Personenaufzug zum Gebäude – eine Entscheidung, die vielen nicht bewusst ist.

Selbst wenn die Versicherungssumme zu Beginn korrekt ermittelt wurde, bleibt sie nicht automatisch aktuell. Zwar passen viele Versicherer sie jährlich per Index an, doch diese Indizes bilden meist nur allgemeine Trends ab. Wer neue Maschinen anschafft, Warenbestände erhöht oder investiert, muss dies aktiv nachmelden. Sonst wächst die Deckungslücke.

Standardindex reicht oft nicht

Viele Versicherungsverträge enthalten eine sogenannte Summenanpassungsklausel: Die Versicherungssumme wird jährlich anhand eines Preisindexes angepasst, etwa an den Baupreisindex oder Verbraucherpreisindex. Das klingt vernünftig, greift in der Praxis aber oft zu kurz.

Denn solche Indizes bilden nur den Durchschnitt ab. Preisentwicklungen in bestimmten Branchen oder Regionen laufen jedoch weit darüber hinaus. In der Landwirtschaft etwa haben sich Stallbauten und Spezialtechnik teils deutlich stärker verteuert als der allgemeine Baupreis. Gleiches gilt für Maschinen- und Anlagenbauer, bei denen Rohstoffkosten, Lieferfristen und Zulieferketten massiv unter Druck stehen.

Wer sich allein auf die Indexanpassungen des Versicherers verlässt, riskiert eine gefährliche Deckungslücke, gerade in Bereichen mit überdurchschnittlicher Preisvolatilität. Deshalb ist entscheidend, regelmäßig zu prüfen, ob der verwendete Index zur eigenen Branche und Investitionsrealität passt.

Nebenkosten im Schadenfall – oft vergessen, selten versichert

Ein Beispiel: Nach einem Brandschaden verlangt die Bauaufsicht den Einbau einer stärkeren Dachisolierung oder einer Photovoltaikan-

lage, obwohl beides vorher nicht vorhanden war. Solche Mehrkosten aufgrund behördlicher Auflagen sind nicht automatisch versichert, können aber abgesichert werden, sofern dies vertraglich vereinbart ist.

Auch zeitliche Preissteigerungen sind ein Problem: Die Versicherung berechnet den Schaden auf Basis des Tageswerts zum Schadentag. Die Wiederbeschaffung erfolgt jedoch oft erst Monate später – zu teureren Konditionen. Ohne entsprechende Klauseln trägt der Versicherungsnehmer diese Differenz selbst.

Diese Fälle zeigen: Entscheidend ist nicht nur die richtige Versicherungssumme, sondern auch der vertragliche Umfang des versicherten Schadens, inklusive Nebenkosten, Folgekosten und Auflagen.

Professionelle Unterstützung sichert Existenzen

Versicherer regulieren nach wirtschaftlichen Maßgaben im Rahmen dessen, was vertraglich vereinbart und nachgewiesen ist. Wer im Ernstfall allein auf eine wohlwollende Regulierung hofft, riskiert eine böse Überraschung.

Spezialisierte Berater helfen, Versicherungssummen korrekt zu bemessen, Lücken zu erkennen und im Schadenfall strukturiert und durchsetzungsstark zu agieren, auf Augenhöhe mit den Versicherern.

Professionelle Berater sorgen dafür, dass:

- die Versicherungssumme korrekt ermittelt und aktuell gehalten wird,
- zusätzliche Risiken und Nebenkosten berücksichtigt sind,
- im Schadenfall zügig reagiert wird,
- Gespräche mit Versicherern und deren Gutachtern sachgerecht geführt werden.

Wer heute richtig versichern will, muss morgen noch wissen, was es kostet

Inflation, Lieferkettenprobleme, baurechtliche Vorgaben und volatile Rohstoffpreise verändern die Rahmenbedingungen der Schadenregulierung tiefgreifend. Was heute ausreichend versichert

Wer sich allein auf die Indexanpassungen des Versicherers verlässt, riskiert eine gefährliche Deckungslücke, gerade in Bereichen mit überdurchschnittlicher Preisvolatilität.

scheint, kann morgen bereits zu wenig sein.

Unternehmen sind gut beraten, nicht nur die Höhe der Versicherungssumme im Blick zu behalten, sondern auch den tatsächlichen Leistungsumfang ihrer Policen – inklusive Nebenkosten, Anpassungsklauseln und branchenspezifischer Besonderheiten. Standardlösungen reichen in vielen Fällen nicht aus.

Wer seine Risiken realistisch bewerten und im Ernstfall souverän vertreten wissen will, sollte frühzeitig auf spezialisierte Partner setzen, in der Beratung wie der Schadenabwicklung. Das reduziert Unsicherheiten, vermeidet Streitfälle und sichert die wirtschaftliche Handlungsfähigkeit im Fall der Fälle. •

Konrad Hahn

Geschäftsführer
gvp Gesellschaft für
Versicherungsprüfung mbH



Welche gesetzlichen Verpflichtungen im Schadenfall zu beachten sind

In der Schadenregulierung treffen einen Versicherungsmakler sehr weitreichende Pflichten. Denn der Kunde erwartet, dass sich der Makler komplett um die Schadenregulierung kümmert und dass er schnell die Versicherungsleistung erhält. Welche gesetzlichen Fallstricke es zu beachten gibt, schildert Rechtsexperte Stephan Michaelis.

Jede Vertragsübernahme sollte wie die Vermittlung eines Neuvertrages vollumfänglich überprüft werden. So kann es [...] sein, dass die Versicherungssummen angepasst werden müssen [...].

Im Schadenfall kommt es zum Schwur. Der Kunde erwartet von seinem Versicherungsmakler, dass sich dieser komplett um die Schadenregulierung kümmert und der Kunde sehr schnell die Versicherungsleistung erhält. Welche Fallstricke gibt es hier zu beachten?

Übernommener Versicherungsvertrag

So wird die Frage aufgeworfen, ob es einen Unterschied gibt, wenn der Makler den Versicherungsvertrag selbst vermittelt oder nur übernommen hatte.

In der Praxis sieht es doch so aus, dass bei einer Neuvermittlung eine umfassende Beratung stattfindet, damit der Kunde den geeigneten Versicherungsschutz erhält. Dementsprechend sollte es auch eine umfassende Dokumentation für die Vertragsvermittlung geben.

In der Praxis wird bei Übernahme eines bestehenden Versicherungsvertrages leider nicht immer

die Geeignetheit für den Kunden erneut überprüft. Die Rechtslage hierzu ist strittig. Einige Gerichte sind der Meinung, dass, wenn der Kunde den Wunsch nur nach Übernahme, nicht aber nach Überprüfung geäußert hatte, den Makler keine neuen Beratungspflichten treffen. Andere Gerichte sehen es hingegen anders. Es wird auch die Auffassung vertreten, dass gerade bei Übernahme eines Versicherungsvertrages auch eine Geeignetheitsprüfung durch den neuen Versicherungsmakler zu erfolgen hat. Dies ist auch dringend zu empfehlen. Jede Vertragsübernahme sollte wie die Vermittlung eines Neuvertrages vollumfänglich überprüft werden. So kann es ja auch gut sein, dass die Versicherungssummen angepasst werden müssen oder sich deutlich verbesserte Leistungsangebote auf dem Versicherungsmarkt ergeben haben. Einfach nur die Versicherungsverträge zu übernehmen und weiter zu betreuen, ist problematisch. Das selbe gilt natürlich auch, wenn ein



Bestandskauf erfolgt. Auch hier muss in angemessener Zeit eine Überprüfung der Risikoverhältnisse erfolgen, damit aus einer unterlassenen Beratung oder Betreuung nicht eine Haftungsverantwortung folgt.

Welche Fristen sind wichtig in der Schadenbearbeitung?

Natürlich hat im Zweifel der Versicherungsmakler alle versicherungsvertraglichen und auch gesetzlichen Fristen in der Schadenbearbeitung für den Kunden zu beachten. Auf der Internetseite der Kanzlei Michaelis liegt dazu kostenlos eine Fristenliste unter www.app-riori.de. Dieser könnte gerade in der Schadenregulierung eine Hilfe darstellen.

Gerichte haben bereits entschieden, dass zum Beispiel die Verletzung der Anzeigenobliegenheit im Versicherungsfall durch den Versicherungsmakler zu einer Quotelung der Leistungsansprüche berechtigt. Ein etwaiges Fehlverhalten, also die unterlassene oder verspätete Mel-

dung eines Schadenfalles durch den Versicherungsmakler, wird dem Kunden zugerechnet.

Ferner sollte natürlich auch der Versicherungsmakler den Hinweis geben, welche weiteren Obliegenheiten noch einzuhalten sind. Häufig vergisst der Versicherungsnehmer eine Stehlgutliste bei der Polizei einzureichen. Auch diese wichtige Obliegenheit sollte einem Versicherungsnehmer im Schadenfall durch den Versicherungsmakler mitgeteilt werden.

Besonders problematisch ist es, wenn der Versicherungsmakler Erklärungen wider besseren Wissens abgibt. Die beschönigende Sachverhaltsdarstellung durch einen Versicherungsmakler gegenüber dem Versicherer kann durchaus zu einem kollusiven Zusammenwirken führen. Es kann sogar mögliche strafrechtliche Konsequenzen haben, wenn der Versicherungsmakler seinen Kunden dabei unterstützt, eine unberechtigte Versicherungsleistung zu erlangen. Dies kann für den Versi-

cherungsmakler sehr maßgebliche Konsequenzen haben, bis hin zum Verlust der Berufszulassung!

Ein Versicherungsmakler darf also im Leistungsfall nicht beschönigende oder unrichtige Mitteilungen gegenüber dem Versicherer tätigen. Auch diese unrichtigen Mitteilungen werden dem Versicherungsnehmer zugerechnet, der dadurch sogar auch seinen Leistungsanspruch verlieren kann.

Es dürfen also nur diejenigen wahren Informationen weitergegeben werden, die der Versicherungsnehmer dem Makler zwecks Übermittlung weitergibt. Es empfiehlt sich vielleicht sogar, als Versicherungsmakler jeweils eine Freigabe der Erklärungen gegenüber dem Versicherer durch den Kunden einzuholen.

Unterstützung im Schadenfall einschränken?

Des Weiteren soll auch die Frage untersucht werden, ob der Versicherungsmakler im Schadenfall seine ▶

Es dürfen nur diejenigen wahren Informationen weitergegeben werden, die der Versicherungsnehmer dem Makler zwecks Übermittlung weitergibt.

Unterstützung einschränken kann. Es ist nicht möglich, dass der Versicherungsmakler im Schadenfall seine Unterstützung komplett verweigert. Nach dem Berufsbild des Versicherungsmaklers darf ein Kunde davon ausgehen, dass er von seinem Versicherungsmakler immer eine Unterstützung im Schadenfall erhält.

Die Frage ist, wie diese Begrifflichkeit in der Praxis umzusetzen sein könnte. Einige sind bereits der Auffassung, dass schon die Weiterleitung der Schadenanzeige die ausreichende Unterstützung im Schadenfall ist. Andere leisten hingegen eine Komplettbetreuung. Im Folgenden steht die rechtliche Beratung im Mittelpunkt der Betrachtung.

Das ist im Bereich rechtlicher Beratung erlaubt

Nach § 34d Gewerbeordnung (GewO) ist ein Versicherungsmakler berechtigt, die Mitwirkung bei der Verwaltung und Erfüllung von Versicherungsverträgen, insbesondere im Schadenfall, zu leisten. Es wird in § 34d Abs. 1 Nr. 1 GewO aber ausdrücklich nur von einer Mitwirkung gesprochen.

Schauen wir uns hingegen die Regelung zum Versicherungsberater in § 34d Abs. 2 Nr. 1 GewO an, so heißt es, dass der Versicherungsberater auch bei der Wahrnehmung von Ansprüchen aus Versicherungsverträgen im Versicherungsfall auch rechtlich beraten darf.

Der Gesetzgeber hat hier also zwei unterschiedliche Begrifflichkeiten gewählt. Er spricht einmal von der Erlaubnis zur Rechtsberatung und zum anderen nur vom Mitwirken bei der Erfüllung von Versicherungsverträgen.

Hieraus kann durchaus der Schluss gezogen werden, dass der Versicherungsmakler nur im Rahmen des § 5 Rechtsdienstleistungsgesetz berechtigt ist, eine rechtliche Beratung als Nebenleistung zu erbringen. So wäre es dann auf keinen Fall zulässig, wenn für diese rechtliche Beratung im Schadenfall auch ein Entgelt vereinbart wird. Dann würde nämlich aus der unentgeltlichen Nebenleistung auf einmal eine entgeltliche Hauptleistungsverpflichtung. Ein solcher Punkt sollte zwingend mit der jeweiligen Vermögensschadenhaftpflichtversicherung abgestimmt sein.

Die Formulierung des § 34d GewO legt aus fachlicher Sicht die folgende Interpretation nahe: Der Versicherungsmakler ist berechtigt, eine rechtliche Beratung nicht vorzunehmen. Diese rechtliche Beratung kann auch durchaus äußerst kompliziert sein, und vielleicht ist der Versicherungsmakler nicht einmal in der Lage, eine solche Rechtsberatung tatsächlich zu leisten. Ein Mitwirken bei der Schadenregulierung ist also selbstverständlich gestattet und gewünscht. Eine komplexe Rechtsberatung sollte der Versicherungsmakler lieber vermei-

den und an spezialisierte Fachanwälte verweisen.

Weitreichende Pflichten in der Regulierung

In der Schadenregulierung treffen einen Versicherungsmakler sehr weitreichende Pflichten. Besonders kennzeichnend wird dies in der Unfallversicherung. Häufig unterstützt der Makler nach einem Unfall, damit der Versicherungsnehmer ein Tagegeld bekommt. Dann wird der Vorgang aus den Augen verloren. Nach 15 oder 18 Monaten wurde die Invalidität noch nicht festgestellt und der Versicherer beruft sich auf sein Leistungsverweigerungsrecht. In diesem Fall hat der Bundesgerichtshof bereits entschieden, dass durch das Fristversäumnis und die mangelnde Information des Kunden zu den drohenden Fristen – hier aus dem Versicherungsvertrag – ein Haftungsanspruch besteht. Auch die Säumnis gesetzlicher Fristen wie beispielsweise der Verjährungsfrist wird zu einem Haftungsproblem des Versicherungsmaklers. Gerade in der Schadenregulierung ist also äußerste Obacht geboten. Der Kunde darf natürlich auch nur gegenüber seinem Versicherer vertreten werden und nicht gegenüber Dritten. •

Eine komplexe Rechtsberatung sollte der Versicherungsmakler lieber vermeiden und an spezialisierte Fachanwälte verweisen.



Stephan Michaelis LL.M.

Fachanwalt für Versicherungsrecht

„Unbegründete oder gar systematische Leistungsverzögerungen duldet die BaFin nicht“

INTERVIEW MIT JULIA WIENS, EXEKUTIVDIREKTORIN VERSICHERUNGS- UND PENSIONSFONDSAUF SICHT DER BAFIN

Eine steigende Anzahl an Verbraucherbeschwerden hat die BaFin im April dieses Jahres dazu veranlasst, eine Aufsichtsmitteilung zu veröffentlichen. Darin fordert sie die Versicherer auf, Leistungsanträge zügig zu bearbeiten. Warum diese Aufforderung gerade jetzt kommt und worauf die Finanzaufsicht bei betroffenen Unternehmen achtet, erläutert BaFin-Exekutivdirektorin Julia Wiens im Interview.

Frau Wiens, die BaFin erwartet laut der Aufsichtsmitteilung vom 11.04.2025, dass in „durchschnittlich gelagerten Versicherungsfällen“ Versicherer Leistungsanträge innerhalb eines Monats bearbeiten. Als wie verbindlich sieht die BaFin diese Anweisung an?

In der Aufsichtsmitteilung formuliert die BaFin ihre Erwartungshaltung für den Bereich der Schadenbearbeitung. Grundlage sind die gesetzlichen Anforderungen an eine ordnungsgemäße Geschäftsorganisation. Dazu zählt auch, dass die Ansprüche der Versicherten und anderer bezugsberechtigter Personen fristgerecht erfüllt werden, also unverzüglich nach Abschluss der notwendigen Erhebungen. Entsprechend sollten Versicherer Leistungsanträge grundsätzlich innerhalb eines Monats abschließend bearbeiten. Das sollte der Maßstab sein. Gleichzeitig kann es Ausnahmen geben, in denen eine längere Bearbeitungszeit angemessen ist. Etwa bei Großschadenereignissen oder bei komplexeren Fällen mit Personenschäden, in denen Sachverständigengutachten oder medizinische Untersuchungen eingeholt werden müssen. Aber eines muss klar sein: Unbegründete oder gar systematische Leistungsverzögerungen duldet die BaFin nicht.

Was war der Anlass, die Mitteilung genau jetzt zu veröffentlichen?

Wir erhalten zurzeit viele Beschwerden von Verbraucherinnen und Verbrauchern, die mit der Bearbeitungszeit ihrer Leistungsanträge nicht einverstanden sind. In vielen Fällen dauert der Prozess länger als einen Monat. Häufig gibt es Gründe für Leistungsverzögerungen, etwa Personalmangel oder ein erhöhtes Schadenaufkommen. Und solange es nur temporär zu Verzögerungen kommt, erachte ich das auch nicht per se als problematisch. Anders stellt sich die Situation dar, wenn es Anzeichen für Mängel in der Geschäftsorganisation gibt. Dann schreiten wir ein.

Von welcher Größenordnung an Beschwerden sprechen wir?

Im Jahr 2024 waren es gut 1.200 Beschwerden, von denen etwa die Hälfte begründet war; im laufenden Jahr sind es bislang gut 900, von denen knapp die Hälfte begründet war. Bei den genannten Unternehmen schauen wir genau hin.



Welche Maßnahmen stehen der BaFin zur Verfügung, sollten Versicherer der Anweisung nicht oder nicht ausreichend Folge leisten?

Wir verfolgen Leistungsverzögerungen konsequent. Von den Versicherern mit schleppender Leistungsbearbeitung erwarten wir, dass sie Bearbeitungsrückstände zeitnah abbauen und die Ursachen von Verzögerungen beseitigen. Über die Fortschritte lassen wir uns regelmäßig berichten. Bei Bedarf könnten wir – quasi als ultima ratio – weitere aufsichtsrechtliche Maßnahmen ergreifen.

Die BaFin nimmt auch den Verbraucherschutz in letzter Zeit häufiger in den Fokus als noch in der Vergangenheit. Wie kommt es, dass dieses Thema nun einen höheren Stellenwert erfährt als in der Vergangenheit?

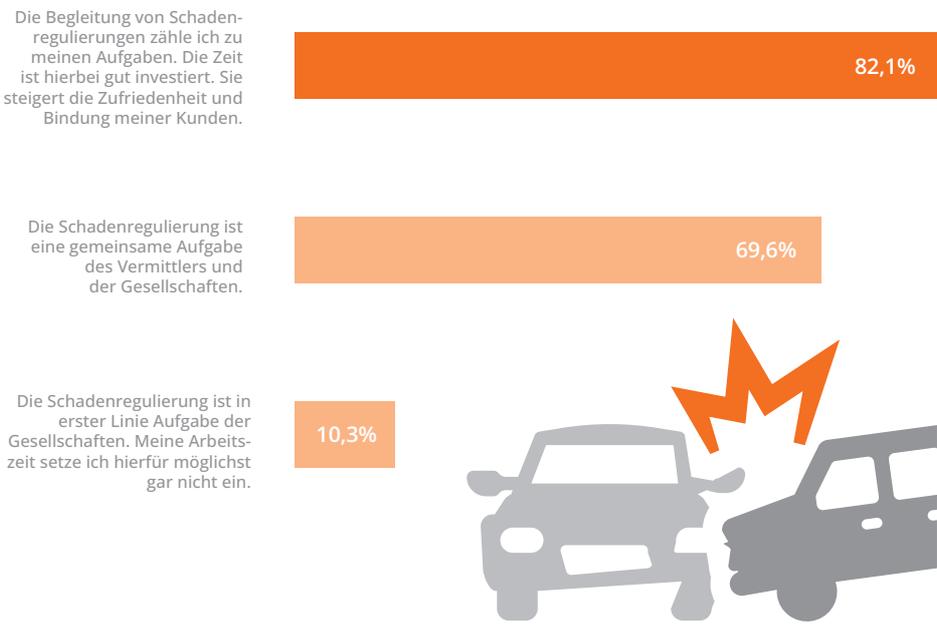
Der kollektive Verbraucherschutz ist eine Kernaufgabe der BaFin. Wir nehmen das sehr ernst. Wenn wir Anhaltspunkte haben, dass es bei Finanzunternehmen systematische Missstände gibt, dann gehen wir dem nach. Und eine Häufung von Verbraucherbeschwerden ist dafür ein wichtiges Indiz. •

So sehen Makler das Thema Schadenregulierung

Für den Versicherer ist eine zügige und unproblematische Schadenregulierung entscheidend. Doch wie sehen eigentlich Versicherungsmakler ihre Rolle in der Schadenregulierung? Was ist ihnen vonseiten der Versicherer wichtig? Und wo sehen sie Defizite? Die Studie AssCompact TRENDS II/2025 hat die Antworten.

1 Die Rolle des Maklers in der Schadenregulierung

So stehen Makler im Tagesgeschäft zur Schadenregulierung



2 Relevanz von Leistungsmerkmalen im Schadenfall

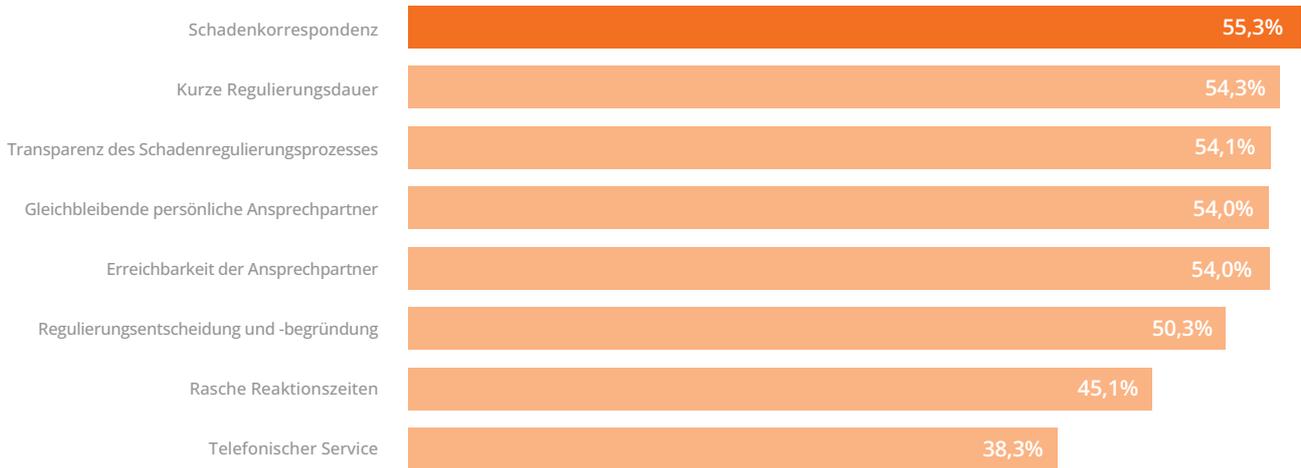
Diese Leistungsmerkmale sind Maklern im Schadenfall besonders wichtig



3

Defizite bei Leistungsmerkmalen im Schadenfall

Woran es laut Maklern im Schadenfall aufseiten der Versicherer hapert

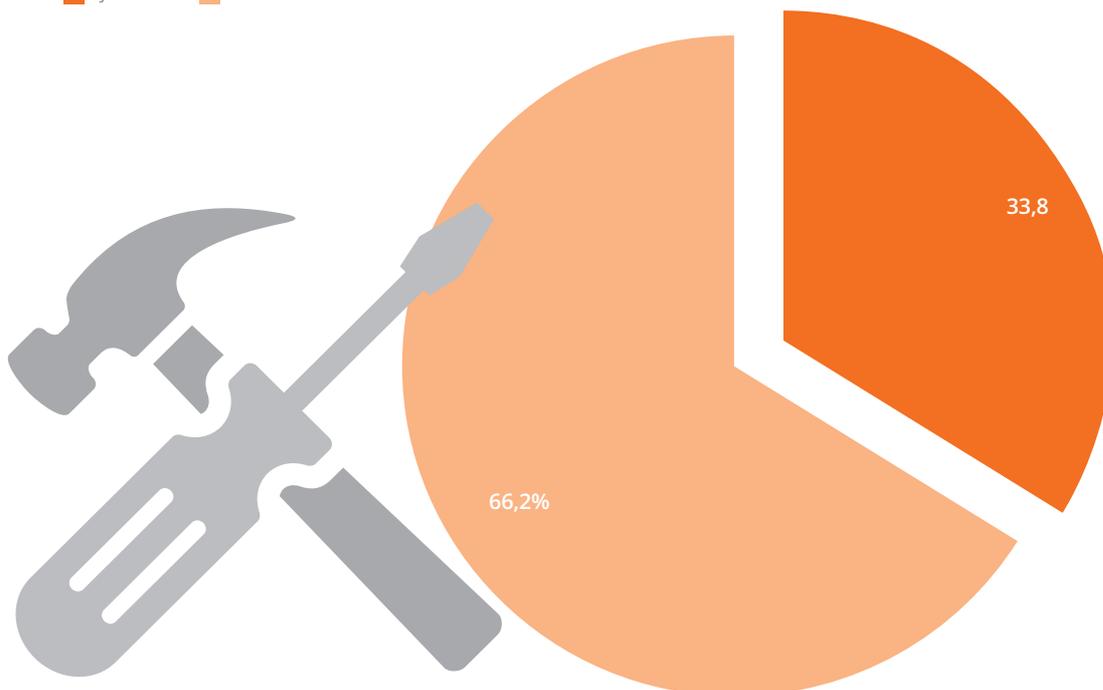


4

Netzwerk zur raschen Begrenzung / Beseitigung von Schäden

Können Makler nach Schadeneintritt auf ein Netzwerk an Fachbetrieben zugreifen, um den Schaden rasch und sachgerecht zu begrenzen bzw. zu beseitigen?

■ Ja
 ■ Nein



Warum eine reibungslose Schadenregulierung auch für Makler entscheidend ist

Der Schadenfall ist nicht nur der Moment der Wahrheit für den Versicherer. Auch Makler können sich mit einer erfolgreichen Schadenregulierung als vertrauensvoller Partner und Befürworter ihrer Kunden beweisen - und sie gleichzeitig als ideales Marketingtool nutzen. Zwei Makler stehen AssCompact Rede und Antwort, was aus ihrer Sicht bei der Schadenregulierung am wichtigsten ist.



„Ab und an springen wir sogar selbst mit Kulanzzahlungen ein“

INTERVIEW MIT MICHAEL RICHTHAMMER, GESCHÄFTSFÜHRER
BEI RICHTHAMMER VERSICHERUNGSMAKLER GMBH & CO. KG

Herr Richthammer, was erwarten Privatkunden heute von ihrem Makler, wenn es um die Schadenregulierung geht?

Ich würde die Antwort nicht auf Privatkunden beschränken. Alle Kundinnen und Kunden, egal ob privat oder gewerblich, wünschen sich vor allem eines: schnelle, transparente und möglichst reibungslose Unterstützung. Schadenfälle sind für alle Seiten unangenehm, und da ist es schön, wenn man sich als Geschädigter beim Regulierungsprozess auf Experten verlassen kann, die sich tagtäglich mit solchen Dingen befassen. Schließlich ist ein Schaden glücklicherweise kein regelmäßiges Ereignis für die große Mehrheit aller Kundinnen und Kunden, also ist da auch immer eine gewisse Unsicherheit mit im Spiel, die wir mit unserer Unterstützung dann beseitigen können.

Dabei verändert sich auch die Art und Weise, wie Kunden kommunizieren wollen. Gerade jüngere Zielgruppen wünschen sich digitale Angebote – schnelle Rückmeldungen per App, unkomplizierte Uploads oder Statusabfragen rund um die Uhr. Aber gleichzeitig gilt: Sobald es komplex wird, wollen Menschen einen persönlichen Ansprechpartner. Deshalb setzen auf eine „phygital“ Arbeitsweise: Wir verbinden digitale Prozesse mit persönlicher Betreuung. Diese Flexibilität wird zunehmend zum Qualitätsmerkmal guter Mak-

lerarbeit, egal ob bei der Schadenregulierung oder bei der Beratung.

Wie können Sie durch gute Begleitung im Schadenfall das Vertrauen Ihrer Kundinnen und Kunden dauerhaft stärken?

Ein reibungslos abgewickelter Schadenfall ist für viele Kundinnen und Kunden der beste Vertrauensbeweis. Wer einen Schaden erleidet, möchte ihn reguliert bekommen – ohne zusätzlichen Ärger oder bürokratische Hürden. An dieser Stelle kommen wir ins Spiel. Unsere Aufgabe ist, den Kunden durch den Prozess zu begleiten und den Aufwand für ihn so gering wie möglich zu halten. Das darf und muss der Kunde erwarten.

Wenn das gelingt, entsteht Bindung zwischen Kundschaft und Maklerhaus. Denn ein gut gelöster Schadenfall bleibt im Kopf – und zwar positiv. Kundinnen und Kunden, die sich gut betreut fühlen, denken nicht über einen Betreuerwechsel nach. Meistens ist dabei der Kontakt zwischen Kunde und Sachbearbeiter entscheidend. Wir bieten eine 24/7-Schadenhotline, die gerne genutzt wird. Denn wer einen Schaden hat, möchte mit jemandem sprechen, wenn er dazu bereit ist.

Gibt es typische Alltagsschäden, bei denen Sie besonders punkten können – z. B. durch Schnelligkeit oder Kulanzlösungen?

Die große Mehrheit an Schäden bearbeiten wir im Bereich Kfz. Hier können wir oft in regionaler Zusammenarbeit mit Werkstätten und Gutachtern schnelle Lösungen bieten. Das fällt Kundinnen und Kunden positiv auf und bietet echten Mehrwert, denn die meisten von uns sind im Alltag auf ihr Fahrzeug angewiesen.

Auch helfen pragmatische, oft pauschale Maßnahmen weiter, um Verzögerungen zu vermeiden. Ab und an springen wir sogar selbst mit Kulanzzahlungen ein!

Wie nutzen Sie positive Schadenfälle kommunikativ – etwa im Empfehlungsmarketing oder zur Imagepflege?

Zufriedene Kunden sind die beste Werbung. Das nutzen wir auch aktiv in unserer Kommunikation nach außen. Wir bitten unsere Kunden und auch die Geschädigten nach dem zufriedenstellenden Abschluss eines Schadenfalls um eine Bewertung auf Google. Diese Rückmeldungen sind für uns Gold wert, denn sie zeigen echten Serviceerfolg aus Kundensicht anstatt nur leerer Versprechen oder Marketing-Slogans.

Zudem können wir das Feedback auch intern nutzen, da es zeigt, wo wir stark sind und wo wir uns vielleicht noch verbessern können. Eine Win-win-Situation für uns und unsere Kunden. •



„Eine gute Schadenregulierung ist im Tiefbau nicht Kür, sondern Pflicht“

INTERVIEW MIT BURKHARD BRÄMER, GESCHÄFTSFÜHRENDER
GESELLSCHAFTER/CEO DER BAUASS VERSICHERUNGSMAKLER GMBH + CO. KG

Herr Brämer, wie wichtig ist die Schadenregulierung im gewerblichen Bereich für die langfristige Kundenbindung?

Für einen auf die Bauwirtschaft spezialisierten Versicherungsmakler ist eine verlässliche und kundenorientierte Schadenregulierung seitens der Versicherer von zentraler Bedeutung. Dies gilt insbesondere im Bereich des Tiefbaus, Spezialtiefbaus und Straßenbaus, wo aufgrund der spezifischen Risikolage eine hohe Schadenfrequenz typisch ist.

Eine zügige, transparente und praxisnahe Schadenbearbeitung schützt nicht nur die Liquidität und Handlungsfähigkeit der Bauunternehmen, sondern beeinflusst auch maßgeblich die Kundenzufriedenheit und das Vertrauen in unsere Arbeit.

bauass Versicherungsmakler steht hierbei oft in einer vermittelnden und moderierenden Position zwischen Versicherer und versichertem Unternehmen. Je verlässlicher und lösungsorientierter der Versicherer agiert, desto besser können wir unserer Beratungs- und Betreuungsfunktion gerecht werden. Eine partnerschaftliche Regulierungspraxis wird so zu einem entscheidenden Qualitätsmerkmal – nicht nur zur langfristigen Kundenbindung, sondern auch zur Abgrenzung gegenüber Wettbewerbern.

Eine gute Schadenregulierung ist im Tiefbau nicht Kür, sondern Pflicht – sie stärkt die Position des Maklers, entlastet den Kunden und trägt zur nachhaltigen Versicherbarkeit der Branche bei.

Wo sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen in der gewerblichen Schadenbearbeitung – und wie wirken Sie diesen entgegen?

Die gewerbliche Schadenbearbeitung steht aktuell vor mehreren

strukturellen und operativen Herausforderungen, die sich auch auf die Bauwirtschaft auswirken. Zu den größten Problembereichen zählen:

- Personalmangel und Fachkräftelücke bei Versicherern
- Komplexität gewerblicher Schäden
- Digitalisierungsdefizite
- Kosten- und Regulierungsdruck

bauass Versicherungsmakler kann als auf die Bauwirtschaft spezialisierter Makler diesen Herausforderungen in mehrfacher Hinsicht entgegenwirken:

Technische und fachliche Übersetzung: Wir fungieren als Schnittstelle zwischen Baustellenrealität und Versicherungslogik, bereiten Schäden fachgerecht auf und tragen zu einer nachvollziehbaren sowie beschleunigten Prüfung bei.

Schadenbegleitung und -moderation: Wir übernehmen aktiv die Kommunikation mit Sachverständigen und Versicherern, strukturieren die Schadenmeldung und sorgen für eine rechtzeitige Einbindung aller Beteiligten – was Bearbeitungszeiten deutlich verkürzen kann.

Präventive Beratung: Durch Schulungen, Schadenanalysen und Vertragsoptimierung unterstützen wir unsere Kunden dabei, typische Streitpunkte zu vermeiden – z. B. durch klare Dokumentation, sinnvolle Selbstbehalte oder gezielte Deckungserweiterungen.

Verhandlungsstärke und Eskalationsmanagement: Im Fall von Regulierungskonflikten bringt bauass fundiertes Fachwissen und Erfahrung ein, um im Sinne des Kunden auf eine faire Lösung hinzuwirken.

Inwieweit stärkt ein reibungslos abgewickelter Schadenfall Ihre

Position als verlässlicher Partner für Unternehmen?

Ein reibungslos abgewickelter Schadenfall ist für einen Versicherungsmakler weit mehr als nur ein erfüllter Leistungsfall – er ist der entscheidende Moment der Wahrheit in der Kundenbeziehung. Während Beratung, Vertragsgestaltung und Prävention im Vorfeld Vertrauen aufbauen, zeigt sich im Schadenfall konkret, ob dieses Vertrauen berechtigt war.

Gerade in der Bauwirtschaft, wo Schäden häufig operative und finanzielle Auswirkungen auf laufende Projekte haben, erwarten Unternehmen keine bloße Vermittlung, sondern aktive Begleitung und konsequente Interessenvertretung. Gelingt es uns, in einem Schadenfall schnell, strukturiert und lösungsorientiert zu handeln – idealerweise gemeinsam mit einem regulierungsstarken Versicherer –, festigen wir nachhaltig unsere Position als verlässlicher Partner.

Welche Rolle spielt Ihr Netzwerk zu Versicherern und Sachverständigen in der Regulierung – und wie nutzen Sie das gezielt zur Profilierung?

Das persönliche und fachliche Netzwerk von bauass Versicherungsmakler und seinen Mitarbeitenden ist ein zentraler Hebel in der gewerblichen Schadenregulierung. Gerade bei komplexen oder konfliktträchtigen Schadenfällen kommt es nicht allein auf die Vertragslage an, sondern auf schnelle Kommunikationswege, gegenseitiges Vertrauen und die Fähigkeit, gezielt die richtigen Ansprechpartner zu aktivieren.

Schadenmanagement 4.0: KI revolutioniert die Bearbeitung

Die Digitalisierung sollte alle Aspekte der Schadenregulierung erfassen. Denn allzu häufig steckt die Digitalisierung dort in Insellösungen fest. Abhilfe verspricht ein intelligenter, ganzheitlicher Ansatz. Dieser setzt auf neue Effizienzpotenziale entlang der gesamten Wertschöpfungskette in der Schadenbearbeitung: von der strukturierten Datenerfassung bis zur vollautomatisierten Verarbeitung.

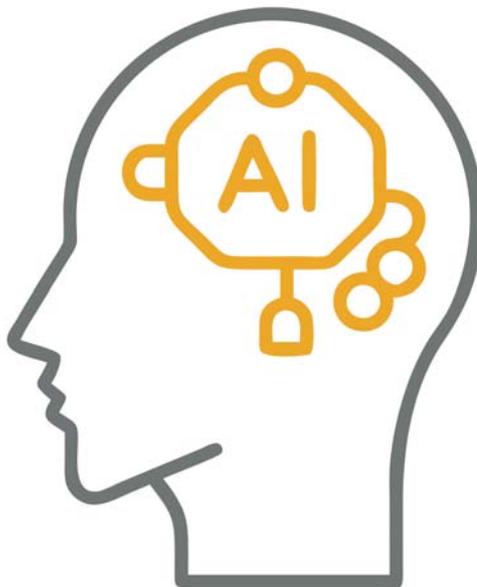
In vielen Digitalisierungsprojekten bleiben enorme Potenziale ungehoben. Häufig besteht die Ursache darin, dass digitale Prozesse einfach analoge, manuelle Prozesse bzw. Organisationsstrukturen abbilden. Für die Schadenregulierung in der Versicherungsbranche bedeutet dies beispielsweise, dass die Digitalisierung in Insellösungen stecken bleibt, die den traditionellen Abteilungsstrukturen geschuldet sind. Die Digitalisierung sollte aber alle Aspekte der Schadenregulierung erfassen und diese zu einem holistischen Ganzen kombinieren. Nur dann ist die Gesamtheit mehr als die Summe ihrer Teile.

Den Kern der ganzheitlichen Schadenbearbeitung bildet die Next Best Action (NBA), eine intelligente Triage der Schadenfälle: Kleine Schäden werden vollautomatisch bearbeitet, während komplexere Fälle manuelle Eingriffe erfordern und Spezialfälle gezielt an Experten delegiert werden. NBA sorgt nicht nur für einen optimalen Ressourceneinsatz, sondern entlastet auch die Sachbearbeiter von repetitiven Tätigkeiten.

Prüfen und extrahieren: Informationen nutzbar machen

Eine große Herausforderung für Digitalisierungsprojekte stellt der Umstand dar, dass die Schadenmeldung nach wie vor überwiegend telefonisch (ca. 70%) oder per Post erfolgt. Moderne Systeme ermöglichen die automatisierte Prüfung und Extraktion relevanter Daten aus digitalen und analogen Dokumenten und schaffen somit die Basis für eine

schnelle und medienbruchfreie Weiterverarbeitung. Ist die Digitalisierung der Informationen abgeschlossen, kann die Automatisierung ihre Stärken ausspielen. Avancierte Lösungen gewährleisten eine effiziente und zielgerichtete Disposition von Schadenfällen und leiten diese bei Bedarf an die angebundenen Werkstätten, Sachverständigen oder Sanierungsdienstleister weiter. Durch eine intelligente Schadensteuerung wird sichergestellt, dass



ausschließlich relevante Schäden extern beauftragt werden, wodurch unnötige externe Kosten vermieden werden. Abschließend erfolgt eine sorgfältige Prüfung von Gutachten, Kostenvorschlägen und Rechnungen auf Kürzungspotenziale, um ungerechtfertigte Zahlungen zu minimieren.

Hybride digitale Exzellenz: Betrug zuverlässig erkennen

Auch bei der Betrugserkennung bietet die Automatisierung große Potenziale. Herkömmliche Systeme zur Betrugserkennung basieren auf dem Wissen von Experten, arbeiten retrospektiv und können nur bekannte Betrugsmuster erkennen. Dies ist ein ernstzunehmendes Manko in einer dynamischen Betrugslandschaft. Daher ist zusätzlich der integrierte Einsatz von Systemen erforderlich, die künstliche Intelligenz (KI) bzw. Machine Learning (ML) nutzen, um ungewöhnliche Muster zu erkennen und Prognosen für zukünftige Betrugsszenarien zu erstellen. Dieser Ansatz der „hybriden digitalen Exzellenz“ kombiniert die Stärken regelbasierter Systeme mit den Möglichkeiten der KI, um eine umfassendere und zukunftsorientierte Lösung zu schaffen.

Regressprüfung neu gedacht

Die Automatisierung der Regressprüfung wirft insbesondere dann finanzielle Vorteile ab, wenn sie frühzeitig im Schadenbearbeitungsprozess ansetzt. Konkret ergibt sich ein Nutzen zum Beispiel dadurch, dass die Schadenanlage durch gezielte Rückfragen präzise gesteuert werden kann und beschädigte Teile frühzeitig für eine spätere Beweisführung gesichert werden können. Darüber hinaus ergeben sich zwei wesentliche Vorteile:

1. Wissensmultiplikation: Eine fortschrittliche Lösung kann als Multiplikator für Fachwissen

fungieren. Dadurch ist es nicht mehr erforderlich, dass jeder einzelne Mitarbeiter potenzielle Regressfälle eigenständig erkennt – eine Aufgabe, die in der Praxis nahezu unmöglich zu bewältigen ist.

2. Lückenlose Erkennung: Die Software arbeitet zuverlässig und ohne Unterbrechungen. In der Realität bleiben selbst einfache Regressfälle häufig unentdeckt, was auf menschliche Faktoren, Bearbeitungsrückstände, hohe Arbeitsbelastung und fehlende Spezialisierung zurückzuführen ist. Eine leistungsfähige digitale Lösung hingegen schließt diese Lücken und sorgt für eine systematische und weit zuverlässigere Identifikation von Regressmöglichkeiten.

Wie bei der Betrugserkennung analysieren KI und ML die Daten, um Muster und Trends zu erkennen, die auf potenzielle Regressfälle hinweisen. Diese Systeme sind in der Lage, komplexe Zusammenhänge zwischen verschiedenen Variablen zu erkennen und präzise Prognosen zu erstellen. Das finanzielle Potenzial ist beträchtlich. Ein Return on Investment (ROI) von 4,5 ist keine Seltenheit.

Der Clou mit den Daten

Eine fortschrittliche Lösung bietet einem Versicherer die Möglichkeit, externe Datenquellen ohne IT-Aufwand zu integrieren, da der Lösungsanbieter die Schnittstellen zur Verfügung stellt. Einige Beispiele zur Optimierung mit externen Daten:

- Wetterdaten lassen sich nutzen, um zu prüfen, ob bei Sturmschäden die erforderliche Windstärke vorlag oder ob bei Blitzschlägen ein Gewitter nachweisbar ist. Das System kann auch eine Historie aufbauen, um wiederholte Anfragen aus dem gleichen Gebiet effizienter zu beantworten und somit die externen Kosten für die Versicherungshäuser zu minimieren.
- Kredit-scoring-Daten können eingesetzt werden, um die Bonität des Versicherungsnehmers

zu beurteilen. Dies ist eine wichtige Information, weil eine negative Bonität mit einer höheren Betrugswahrscheinlichkeit korreliert.

- Daten der Gesellschaft für Konsumgüterforschung (GfK), mit denen Versicherer den Neu- und Zeitwert beschädigter Gegenstände überprüfen können.

Die Kunden nicht vergessen

Auch die Kundenbeziehungen einer Versicherung können signifikant von der automatisierten Schadenbearbeitung profitieren, insbesondere durch eine automatisierte kundenzentrierte Kommunikation. Grundsätzlich ist das Ziel, die notwendigen Touchpoints mit dem Kunden zu optimieren. Die Unterstützung in der Kundenkommunikation kann ein automatisierter „Communication Manager“ übernehmen, der ähnlich wie ein Livetracker im Versandhandel funktioniert, um den Kunden über den jeweiligen Bearbeitungsstand auf dem Laufenden zu halten. Ganz nebenbei gibt diese Lösung den Versicherern auch intern einen Überblick über den Bearbeitungsstand. Ohne eine automatisierte Lösung fehlt Assekuranzen dieses Wissen häufig.

Mehr als die Summe der Teile

Wie eingangs angedeutet, muss die Digitalisierung nicht nur alle Aspekte der Schadenregulierung abdecken. Vielmehr ist ein holistischer Blick auf den Gesamtschaden erforderlich, der in einem digitalen KI-unterstützten End-to-End-Prozess mündet. Das Ziel ist, für jeden Schadenfall die optimalen Workflows abzubilden. Assekuranzen sollten nach einem Partner suchen, der diesen Blick bieten kann. •

Eine fortschrittliche Lösung bietet einem Versicherer die Möglichkeit, externe Datenquellen ohne IT-Aufwand zu integrieren, da der Lösungsanbieter die Schnittstellen zur Verfügung stellt.

Daniel Kums

Head of Consulting Insurance
bei 3C Deutschland



HBC mit weiteren Zukäufen und personellem Wechsel



© REDPIXEL – stock-adobe.com

Im kommenden Jahr soll aus zwei Gesellschaften ein Maklerhaus entstehen.

Die Saller & Vogl GmbH aus München sowie VERDIE Management mit Sitz in Hamburg gehören jetzt zur HBC-Gruppe. Das Münchener Maklerhaus Saller & Vogl GmbH zählt v. a. Mittelständler sowie Freiberufler zu seinen Kunden. Die beiden langjährigen Geschäftsführer Richard Vogl und Rupert Saller bleiben an Bord.

Der Geschäftsführer und Mitgründer der HBC-Gruppe sowie Geschäftsführer der Albis Versicherungsmakler GmbH, Tibor von Jankó, hat seine operativen Funktionen zum 30.06.2025 niedergelegt. Die Geschäftsführung wurde an eine Doppelspitze aus Jan M. Leuchtenberger und Ralph Tonnius übergeben. Beide sind im Zuge der strategischen Neuausrichtung am Standort Hamburg gemeinsam auch im Unternehmen Barg & Büttner verantwortlich. Dies sei ein initialer und wichtiger Schritt in die Zukunft, in der im kommenden Jahr aus zwei Gesellschaften ein Maklerhaus entstehen werde. Jan M. Leuchtenberger ist langjähriger Geschäftsführer bei Barg & Büttner als Teil der HBC-Gruppe. Ralph Tonnius war bislang Prokurist bei Albis. Tibor von Jankó hat mit seinem Engagement dazu beigetragen, dass Albis und Barg & Büttner in Zukunft einen gemeinsamen Weg gehen. (AC)

Waldenburger ist neuer Produktpartner der BCA

Die BCA AG hat die Waldenburger Versicherung als neuen Produktpartner für die Privatkunden-Sachsparte gewonnen. Die Waldenburger, Teil der international agierenden Würth-Gruppe, legt ihren Fokus auf nachhaltige und zukunftsorientierte Versicherungslösungen. Die Geschäftstätigkeit der Waldenburger umfasst Haftpflicht-, Schaden- und Unfallversicherungen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf Versicherungslösungen im Bereich erneuerbare Energien. Hier hat die Waldenburger spezialisierte Deckungskonzepte im Portfolio. (AC)

ATTIKON gründet Assekuradeur

Die ATTIKON Finanz AG hat einen eigenen Assekuradeur gegründet: Im Handelsregister Düsseldorf wurde die ATTIKON Immo secur Assekuradeur GmbH eingetragen. Zu den Geschäftsführern wurden Dr. Mathias Bühring-Uhle und Bastian Bauer berufen. Bühring-Uhle war 17 Jahre Vorstand der Gothaer Gruppe (heute BarmeniaGothaer) mit Schwerpunkten in IT, Operations, Vertrieb und digitaler Transformation. Seit Januar 2024 ist Bastian Bauer Leiter Finanzen bei der ATTIKON Finanz AG. In dieser Funktion verantwortet er die strategische Weiterentwicklung der Finanzbereiche. Zusätzlich übernimmt er als Geschäftsführer der ATTIKON Immo secur Assekuradeur GmbH eine zentrale Rolle beim Aufbau der Gesellschaft. (AC)



Aventus übernimmt Maklerhaus in NRW

Das Maklerhaus AssKoll – Assekuranz Kollmann GmbH & Co. KG aus Hagen wird von der Aventus Maklergruppe übernommen. AssKoll ist ein renommiertes Maklerhaus mit Spezialisierung auf Versicherungslösungen für Freiberufler, Gewerbetreibende sowie Unternehmen der regionalen Industrie. Durch die Integration erweitert die Aventus Maklergruppe ihre deutschlandweite Präsenz auf 23 Standorte. Das Team am Standort Hagen wird vollständig übernommen und bleibt als eigenständige Einheit innerhalb der Aventus-Gruppe erhalten. (AC)

Traditionshaus aus Bremen geht zur GGW Group

Die LEADING BROKERS UNITED GmbH setzt ihren Wachstumskurs im Norden Deutschlands fort: Die Karl W. Blome GmbH mit Sitz in Bremen schließt sich dem Verbund mittelständischer inhabergeführter Versicherungsmakler an, der der Maklerarm der GGW Group ist. Das Familienunternehmen ist als Mehrfachagent (ungebundener Versicherungsvertreter) für diverse unterschiedliche Versicherungsgesellschaften tätig und bietet in und um Bremen Versicherungslösungen für private Haushalte, Selbstständige sowie kleine und mittelständische Unternehmen. Philipp Reinermann, Geschäftsführer der Karl W. Blome GmbH, bleibt weiterhin in dieser Position an Bord, wie er AssCompact auf Anfrage mitgeteilt hat. Die ebenfalls zum Unternehmen gehörende Hausverwaltungsfirma Rolf Feuerhahn KG sei nicht Teil des Deals. Reinermanns Onkel, Walter Feuerhahn, bleibe ebenfalls noch weiterhin im Unternehmen tätig, sei aber aus der Geschäftsführung ausgeschieden. (AC)

ANZEIGE



AssCompact

ONLINE MEDIEN



asscompact.de

versorgt Sie mit aktuellen Meldungen, Terminen und Jobangeboten.



AssCompact Newsletter

bringt die Neuigkeiten der Branche direkt auf Ihren Bildschirm.



AssCompact in den sozialen Medien

bringt Einblick in interessante Themen.



Scan mich!

Nutzen Sie unser praxisorientiertes Informationsangebot für Ihren Erfolg!

WECOYA launcht neue Underwriting-Line

Seit dem 01.07.2025 gibt es bei WECOYA eine neue Underwriting-Line, die WECOYA TRANSACTIONAL RISK SOLUTIONS GmbH. Sie fokussiert sich auf Transaktionsversicherungen. Der Aufbau der neuen Einheit erfolgt mit Unterstützung eines Spezialistentams. Geführt wird es von Robin Lawless, einem M&A-Experten. Die neue Line soll Lösungen für komplexe M&A-Szenarien entwickeln, in denen es um eine präzise Risikobewertung und -absicherung geht. Dabei handelt es sich um projektbezogenes Geschäft, das zwar Marktzyklen unterliegen kann, aber weitgehend unabhängig von klassischen Renewals sei. Die Underwriter werden bereits oft im Rahmen der Due Diligence eingebunden, um objektive Einschätzungen zu liefern und Deckungskonzepte zu entwickeln. Als typische Versicherungsnehmer gelten Private-Equity-Gesellschaften und akquisitionorientierte Unternehmen, die Risiken im Rahmen von Transaktionen absichern und bilanziell optimieren möchten. Darüber hinaus wird die neue Line gezielt Versicherungslösungen für Risiken anbieten, die vor allem aus steuerlichen Fragestellungen, rechtlichen Auseinandersetzungen und weiteren bilanziell relevanten Spezialrisiken entstehen können. (AC)



Vor Kurzem hat WECOYA eine neue Underwriting-Line gestartet.

Umfirmierung bei Tochter von blau direkt

Aus der ProSecura GmbH, die Teil der blau direkt Gruppe ist, wird die Tjara RheinMain GmbH. Mit der Umfirmierung setzt die blau direkt-Gruppe konsequent auf den Ausbau ihrer regionalen Ruhestandsplanung. Das in Frankfurt ansässige Unternehmen, spezialisiert auf gewerbliche und industrielle Kunden, ist bereits seit 2024 strategischer Partner der blau direkt Ruhestandsplanung. Laut blau direkt seien durch gezielte Übernahmen von Maklerhäusern und den Zusammenschluss mit Partnerunternehmen aus der Region inzwischen zehn operative Einheiten entstanden. Das Konzept bietet Maklern eine Lösung für die eigene Nachfolge – inklusive Bewertung, Übergabeprozess und Bestandssicherung. Unterstützt werden Makler insbesondere auch durch regionale Geschäftspartner wie Tjara RheinMain, die als Hubs in der Fläche agieren. (AC)

Jeder zweite Haushalt hat Vermögen von über 100.000 Euro

Laut einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) liegt der Medianwert des Nettovermögens deutscher Haushalte im Jahr 2023 bei 103.100 Euro. Das bedeutet, dass eine Hälfte der Haushalte auf Rücklagen in Höhe von mindestens 100.000 Euro zurückgreifen kann, während es bei der anderen Hälfte weniger ist. Zu den vermögendsten 10% der Haushalte zählt, wer mehr als 777.200 Euro Vermögen besitzt. Wer wie viel an Vermögen hat, ist stark vom Alter abhängig. So ist das Haushaltsnettovermögen der unter 35-Jährigen mit 17.300 Euro im Median deutlich niedriger. Im Unterschied dazu liegt der Median in der Altersgruppe der 55- bis 64-Jährigen beinahe bei einer Viertelmillion Euro. Die 55- bis 64-Jährigen verfügen im Vergleich aller Altersgruppen über das höchste Vermögen. Wer 75 oder älter ist, hat im Median noch ein Vermögen von 172.500 Euro. (AC)

Award Unternehmer-Ass feiert Jubiläum

Seit 20 Jahren verleiht das Institut Ritter den Award Unternehmer-Ass. Er würdigt unternehmerische Exzellenz deutscher Vermittlerbetriebe der Finanz- und Versicherungsbranche. Die vier Initiatoren des Awards sind Institut Ritter, AssCompact, Versicherungsmagazin und BVK. Neben wirtschaftlichen Kennzahlen und strategischer Klarheit werden auch Faktoren wie Unternehmenskultur, Führungskompetenz und persönliche Weiterentwicklung bewertet. Die Jury besteht aus erfahrenen Brancheninsidern der vier Initiatoren. Ziel der Auszeichnung ist auch, Impulse für eine Professionalisierung in der Vermittlerbranche zu liefern und Vorbild für junge Unternehmer zu sein. Zum 20-jährigen Bestehen werden beide Awards erstmals auf der DKM verliehen. Vor der Eröffnung der Messe findet in der Speaker's Corner erstmals der Zukunftstag deutscher Agenturen des Institut Ritter statt, in dessen Rahmen die Vergabe des Awards Unternehmer-Ass an die besten deutschen Versicherungsagenturen erfolgt. Die Teilnahme ist kostenfrei und buchbar unter dem folgenden Link: die-leitmesse.de/zukunftstag/2025. Am Ende des zweiten Messtages wird in der Speaker's Corner der Award Unternehmer-Ass an die besten deutschen Versicherungsmakler vergeben. Weitere Informationen, auch zur Bewerbung, gibt es unter unternehmerass.de (AC)

Neuer Spezialmakler mit Martens & Prahl an Bord

Zum 01.07.2025 ist die LOUD. insurance broker GmbH als Spezialversicherungsmakler für Musik, Events, Kultur und Live-Erlebnisse gestartet. Gegründet wurde das Unternehmen mit Sitz in Hamburg von Anna-Lena Schönberger, Peter Grischke und Florian Heidenreich. Als Mitgesellschafter ist die Martens & Prahl Gruppe an Bord. Als Partnerunternehmen der Martens & Prahl Gruppe bietet LOUD. individuelle Absicherungskonzepte für Künstler, Veranstalter und Unternehmen der Kulturszene. Wie es in der Pressemitteilung heißt, bringe die Partnerschaft umfassende Expertise, gewachsene Strukturen und markterprobte Prozesse in die innovative Neugründung ein. (AC)

ANZEIGE



SEPTEMBER-AUSGABE

AssCompact

HEFTVORSCHAU

SONDERTHEMEN

- Mobilität
- Pools & Dienstleister

Das Heft erscheint in der ersten Septemberwoche.

WEITERE THEMEN

- AssCompact TRENDS-Studie** über die aktuelle Vertriebsstimmung im Maklermarkt
- Informationen von BNP Paribas** über kapitalmarktgebundene Vorsorgeprodukte
- Interview mit WECOYA** über Marktposition, Strategie und Expansion
- Erklärungen von der Kanzlei Sieling** zu den Grundlagen des Social-Media-Rechts

... und weitere interessante Artikel sowie Kurzmeldungen zu aktuellen Themen.

Änderungen vorbehalten.



Kunden verstehen in der Breite keine finanzmathematischen Zusammenhänge [...] und befassen sich auch nicht mit den Inhalten und Wirkweisen von Versicherungen und Finanzdingen.

Hans-Ludger Sandkühler

Hans-Ludger Sandkühler ist Vertriebs- und Versicherungsjurist und verfügt über praktische Erfahrungen aus seinen langjährigen Tätigkeiten als Versicherungsmakler und Rechtsanwalt. Er ist ausgewiesener Experte in Maklerfragen, gefragter Referent und Autor zahlreicher Veröffentlichungen (sandkuehler24.de).



Was sagt die Studie „Wert unabhängiger Versicherungsberatung“ überhaupt aus?

Unlängst nahm eine Studie der Fachhochschule Dortmund mit dem Titel „Wert unabhängiger Versicherungsberatung“ die Aufmerksamkeit der Medien in Anspruch. Das Fazit der Studie im besten Genderdeutsch: „Kund:innen verschmähen Honorarberatung in der Rentenversicherung“. Über den vermurksten Titel ist hier schon geschrieben worden (siehe AssCompact 06/2025, Seite 70). Denn in Wahrheit geht es in der Studie nicht um den Wert einer unabhängigen Versicherungsberatung, wie sie nur von gem. § 34d Abs. 2 GewO zugelassenen Versicherungsberatern erbracht werden darf, sondern ausschließlich um den Vergleich zweier Vertriebsmodelle: Vermittlung von Fondspolice „brutto“ mit eingepreisten und vom Versicherer zu zahlenden Vermittlungsprovisionen einerseits und Vermittlung von Fondspolice „netto“ mit offengelegten und vom Versicherungsnehmer zu zahlenden Vermittlungsprovisionen andererseits.

Hintergrund und Ziel der Studie

Das Vergütungssystem der Versicherungsmakler, in dem Versicherer dem Makler für vermittelte Versicherungsverträge eine Provision oder – vornehmer – Courtage zahlen, ist spätestens seit den vom New Yorker Staatsanwalt Spitzer aufgedeckten Geschäftspraktiken eines internationalen Großmaklers nicht nur bei Verbraucherschützern, sondern zunehmend auch in der Politik zu einem Streitthema geworden. Versicherungsmaklern wird vorgeworfen, die zu vermittelnden Versicherungen nicht nach dem Interesse des Kunden, sondern nach der Höhe der

Courtage auszusuchen. Dies kann im Einzelfall nicht ausgeschlossen werden, ist aber in dieser pauschalen Behauptung nicht verallgemeinerbar. Natürlich können unterschiedliche Courtagehöhen Anreize setzen und Interessenkonflikte auslösen. Zur Auflösung der Konflikte gibt es aber hinreichende gesetzliche Regeln und darüber hinaus berufsständische Selbstverpflichtungen.

Als Alternative zum herkömmlichen Courtagemodell haben sich am Markt alternative Vergütungssysteme unter den ebenso unglücklichen wie missverständlichen Begriffen Honorarberatung respektive Honorarvermittlung entwickelt. Im Grunde handelt es sich dabei wie bei der Courtage um eine erfolgsabhängige (nämlich Abschluss eines Versicherungsvertrages) Vergütung, nur dass die Courtage nicht vom Versicherer, sondern vom Kunden zu zahlen ist.

In der Studie sind die Autoren nun der Frage nachgegangen, ob es „eine grundsätzliche Akzeptanz von externalisierten Vergütungen für Beratung und Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten“ gibt. Vulgo: Sind Kunden bereit, für die Vermittlung von Nettopolice ein separates Entgelt zu bezahlen?

Methodik der Studie

Eine Stichprobe von 2.034 repräsentativ ausgewählten Personen, die – so die Voraussetzung für die Teilnahme – grundsätzlich bereit waren, eine Rentenversicherung abzuschließen, wurde bei der Befragung in sechs Experimentalgruppen und eine Kontrollgruppe aufgeteilt. Drei Experimentalgruppen (1 bis 3) erhielten jeweils ein Angebot brutto

(100 Euro monatlich, 20 Jahre Laufzeit, 6% Wertsteigerung pro Jahr, Effektivkostenabzug 2,5%, Effektivverzinsung ergo 3,5%, Ablaufleistung gerundet 35.000 Euro) und netto (95 Euro monatlich – damit über 20 Jahre eine Beitragsersparnis von 1.200 Euro, 20 Jahre Laufzeit, 6% Wertsteigerung pro Jahr, Effektivkostenabzug 2%, Effektivverzinsung ergo 4%, Ablaufleistung gerundet 35.000 Euro sowie zusätzlich ein Honorar in Höhe von 500 Euro (Gruppe 1), 900 Euro (Gruppe 2) und 1.300 Euro (Gruppe 3).

Drei weitere Experimentalgruppen (4 bis 6) erhielten ebenfalls jeweils ein Angebot brutto und netto, nur mit dem Unterschied, dass die Honorare in Höhe von 500, 900 und 1.300 Euro aufwandsabhängig und inkl. 19% USt. ausgestaltet waren (vier, sechs, acht Stunden zu je 105, 126, 137 Euro plus USt. gleich 500, 900 und 1.300 Euro).

Da der Barwert der Beitragsersparnis in Höhe von 1.200 Euro bei der Nettopolice abgezinst lediglich ca. 866 Euro beträgt, ist der Gesamtaufwand der Nettopolice plus Honorar bei der 500-Euro-Variante etwas günstiger, bei der 900-Euro-Variante etwa gleichauf und bei der 1.300-Euro-Variante etwas höher als bei der Bruttopolice. Die Kontrollgruppe (7) erhielt lediglich Bruttoangebote.

Wichtige Ergebnisse

Im Vergleich zu der Kontrollgruppe löste bei allen Experimentalgruppen allein der Umstand, dass Brutto- und Nettotarife alternativ angeboten wurden, eine signifikant höhere Abschlussbereitschaft sowohl bei den Nettopolice als auch bei den Bruttopolice aus. Allerdings entschieden sich die Probanden insgesamt mehrheitlich (64,7%) für den Bruttotarif. Selbst bei dem günstigsten Nettotarif (500 Euro Honorar) entschieden sich noch 54,4% der Teilnehmer für den (teureren) Bruttotarif. Die Autoren

der Studie folgern daraus, dass „größere Anteile der Probanden sich nicht so entscheiden, wie es rational zu erwarten wäre“. Die Aufschlüsselung des Honorars mit dem offengelegten Stundenaufwand (Gruppen 4 bis 6) führte zu „keiner erkennbar höheren Akzeptanz“ der Nettotarife.

Kritische Anmerkungen

Hier ist kein Raum für eine breitere Darstellung der weiter ins Detail gehenden Studie und eine ausführliche Analyse. Dennoch seien einige kritische Anmerkungen erlaubt.

Da ist zum einen der 100-Euro-Ansatz. Er erinnert ein wenig an strukturierte Vertriebsmethoden im Sinne von „bei uns nimmt jeder 100 Euro“. Die gesetzlich zwingend notwendige und vorgeschaltete Bedarfsermittlung fällt bedauerlicherweise unter den Tisch. Natürlich ist eine differenzierte Einbeziehung des Prozesses der Bedarfsermittlung im Rahmen einer Studie sicher schwierig. Dennoch wäre es interessant zu wissen, wie die Entscheidungen der Probanden ausgefallen wären, wenn eine ordnungsgemäße Befragung und Beratung vorausgegangen wäre.

Überhaupt wird ein Vermittler von Nettotarifen seine Kunden über die Vorteile seines Honorartarifs ordentlich aufklären. Dass Kunden sich bei der privaten Rentenversicherung nicht rational entscheiden, ist eigentlich eine Binsenweisheit. Der längst verstorbene frühere Verkaufsguru Axel J. Bertling verwies in seiner ihm eigenen Art gerne auf die glänzenden Voraussetzungen für einen erfolgreichen Vertrieb: „Der Kunde kann nicht rechnen und kann nicht lesen.“ Das beschreibt zugespitzt die auch heute noch vorzufindende Ausgangssituation: Kunden verstehen in der Breite keine finanzmathematischen Zusammenhänge (Stichwort Barwertbetrachtung) und befassen sich auch nicht mit den Inhalten und Wirkweisen von Versicherungen und Finanzdingen. Es ist

Aufgabe des Vermittlers, die Komplexität der angebotenen Versicherungen so auf die Laiensphäre des Kunden herunterzubrechen, dass dieser die wesentlichen Inhalte verstehen kann.

In der Studie wird leider nicht darauf eingegangen, warum ein deutlich über dem von der BaFin festgestellten gewichteten Mittel in Höhe von 2,17% liegender Effektivkostenabzug in Höhe von 2,5% angesetzt wurde. Bei der Nettopolice liegt der Effektivkostenabzug immer noch bei 2%, was die Frage aufwirft, was mit dem nach dem Merkblatt 01/2023 der BaFin notwendigen Ausgleich der Rückvergütungen der Fondsgesellschaften ist. Die BaFin hat in dem Merkblatt verschiedene Möglichkeiten des Ausgleichs aufgezeigt. Gerade bei Nettopolice wird ein professioneller Vermittler darauf achten, dass die Rückvergütungen dem Kunden zukommen und den Effektivkostenabzug dadurch deutlich reduzieren. Darauf im Rahmen einer Studie differenziert einzugehen, ist naturgemäß komplex und deshalb schwierig, zumal der Ausgleich der Rückvergütung je nach Gesellschaft auch bei Bruttopolice erfolgt.

Fazit

Die Studie hat eine wichtige Frage angestoßen, aber noch nicht abschließend beantwortet. Ob ein ordnungsgemäß aufgeklärter Kunde sich gegen einen Nettotarif entscheidet, obwohl dieser deutlich günstiger ist als ein Bruttotarif, muss bezweifelt werden. •





„Unser wichtigstes Ziel ist, die Kundennähe zu behalten“

INTERVIEW MIT RALPH ROCKEL, VORSTANDSSPRECHER VON MRH TROWE

Auch im Jahr 2025 haben sich mehrere Unternehmen MRH Trowe angeschlossen. Wohin steuert das Makler- und Beratungshaus? Und welche Lösungen sieht Vorstandssprecher Ralph Rockel für die aktuellen Herausforderungen der Branche?

Herr Rockel, auch im Jahr 2025 sind bereits weitere Unternehmen Teil von MRH Trowe geworden. Auf welchem Weg sehen Sie sich hier? Und welche Pläne hat MRH Trowe noch für das zweite Halbjahr?

MRH Trowe hat eine klare Wachstumsstrategie, die sich an den Bedürfnissen unserer Kunden orientiert. Das Ziel ist, für jedes Risiko bzw. jeden Fachbereich beste Expertise in der Beratung anzubieten und Branchen mit spezifischen Bedürfnissen kompetent zu begleiten. Deshalb geht es bei unseren Akquisitionen nicht um Wachstum um der Größe Willen, sondern darum, diese Expertise auszubauen.

Zu unserer Wachstumsstrategie gehört auch, dass wir die neuen Kompetenzen und die Teams in das Gesamtangebot integrieren. Eine Sammlung von Spezialisten allein hilft nicht, wenn man für die Kunden ganzheitliche Lösungen implementieren will. Die Motivation der Unternehmer, die zu uns kommen, kommt meistens aus der gleichen Richtung. Sie fragen sich nämlich, wie sie ihr Unternehmen und seine Leistungen für die Kunden auf die nächste Stufe entwickeln können, indem sie Kompetenzen ausbauen. Dazu gehört die Nutzung von Synergien und ein integriertes, erweitertes Leistungsportfolio.

Der Zusammenschluss mit Heubeck ist ein Beispiel dafür. Mit der Kombination von Lurse und Heubeck bieten wir ein umfassendes Angebot von Leistungen und Know-how in Benefits & Pensions. Die Expertise im

aktuariellen Bereich, die wir mit Heubeck dazugewonnen haben, ist sicher einmalig im Markt.

Zudem bauen Sie stetig das Geschäftsfeld Finance aus, z. B. mit dem Zukauf der CR Assekuranz Makler GmbH und dem personellen Neuzugang Stefan Jörißen. Was steckt dahinter? Und wer ist die Zielgruppe?

Zuletzt lag unser Fokus auf dem Ausbau des Finance-Segments. Durch die Verstärkung, die wir in den vergangenen Monaten gewonnen haben, sind wir in diesem Segment inzwischen unter den Top-Anbietern. In Relation zum Marktvolumen ist das Segment damit auf Augenhöhe mit den Bereichen Insurance und Benefits. Zielkunden dafür sind primär die Gewerbe- und Industriekunden. Für viele Kunden sind die Finance-Themen bislang nicht Teil einer ganzheitlichen Risikostrategie. Damit stoßen wir auf einen großen Bedarf.

Bei der Kredit- und Kautionsversicherung, Leasing oder Factoring geht es um eine Abrundung unserer Gesamtleistung. Der Bereich Debt Advisory ist für uns ein strategisches Kooperationsfeld. Damit können wir auf einen weiteren kompetenten Partner zugreifen, der ein zusätzliches Angebot macht. Wir werden aber nicht selbst in den Treasury-Bereich einsteigen.

Mit welchen Lösungen wollen Sie hier Geschäft machen? Und worin

liegen Ihrer Ansicht nach die Chancen und Herausforderungen in diesem Bereich? Warum ist das lukrativ für einen Makler?

Die Absicherung von Bilanz- und Liquiditätsrisiken ist für ein Unternehmen genauso wichtig wie eine Feuer- oder Cyberversicherung. Die aktuellen geopolitischen Verwerfungen haben dies noch mal sehr deutlich gemacht. Der Ausfall eines Lieferanten oder gerissene Zahlungsziele von Kunden können schnell massive Auswirkungen auf die Überlebensfähigkeit eines Unternehmens haben – obwohl es eigentlich grundsolide aufgestellt und erfolgreich am Markt positioniert ist.

Und auch in die Leasing-Vermittlung sind Sie vor Kurzem eingestiegen ...

Leasing-Finanzierungen sind gut geeignet, Kostenströme an die zugehörigen Erträge anzupassen. Außerdem eröffnen sie, ebenso wie Kreditversicherungen attraktive Chancen, die Bilanz zu entlasten und den Kreditrahmen der Unternehmen bei Banken zu schonen. Das schafft zusätzliche Investitionschancen und reduziert auch die Finanzierungskosten.

Eine aktuelle BDVM-Studie spricht von einem „Deckungsnotstand in der Gewerbe- und Industrieversicherung“. Dabei geht es u. a. um steigende Prämien, höhere Selbstbeteiligungen und strengere Bedingungen für den Versicherungsschutz. Wie nehmen Sie das wahr?

Die Verfügbarkeit von Deckungskapazitäten muss man differenziert sehen. In einigen Sparten gibt es keine Probleme, in anderen, z. B. der Feuerversicherung exponierter Risiken, ist es schwieriger. Vor allem hängt es aber vom individuellen Risikomanagement der Unternehmen ab, ob man akzeptable Angebote bekommt.

Die Beschaffung von Versicherungsschutz ist selbstverständlich ein wesentlicher Teil unseres Angebots. Das setzt sich zusammen aus der kompetenten Beratung zum Risikomanagement und einem umfassenden Marktzugang im engen Austausch mit den Versicherungsunternehmen. Wenn die Ausschreibung für die Versicherung eines Unternehmens gut gemacht ist, die Präventionsmaßnahmen dokumentiert sind und eine professionelle Risikobeurteilung vorliegt, fällt es den Anbietern natürlich leichter, ihre Angebote abzugeben.

Und wie reagieren die Gewerbetunden? Welche Auswirkungen hat diese Situation Ihrer Meinung nach auch insgesamt auf das Image der Branche?

Natürlich freut sich niemand, wenn aufgrund von steigenden Schadenaufwendungen – beispielsweise auch durch Inflation – die Kosten steigen. Aber es kommt dann darauf an, eine Balance zwischen Risikomanagement und Inanspruchnahme von Versicherungsschutz zu finden. Das ist oft auch keine kurzfristige Betrachtung. In der Regel ist es hilfreich, auf längerfristige Zusammenarbeit zwischen unseren Kunden und den Versicherern zu setzen und dabei in einen konstruktiven Austausch zu kommen.

Welche Gewerbetrends können Sie denn aktuell in der Branche ausmachen? Was ist in diesem Bereich bei Ihnen im Fokus?

Wenn man auf die regulatorische und vor allem auch die technische Entwicklung schaut, sehen wir eine große Dynamik im Haftpflicht-Segment, die für Unsicherheit sorgt. Beispiele sind die Lithium-Ionen-Technik, große Rückruffälle bei Kfz-Zulieferern oder ESG-Regulierungsfragen. Erhebliche Heraus-

forderungen bringt auch das Thema KI mit sich, etwa bei der Produktentwicklung, im Design oder in der Produktsicherheit. Hier wird man schauen, inwieweit zusätzliche Regulierung kommt.

Auf der Marktseite sehen wir einen Trend zu Multiline-Produkten. Das ist ein Feld, in dem Assektoren mit neuen und nachfragegerechten Angeboten punkten können und spezielle Branchen adressieren. Mit der German Underwriting haben wir dafür ein ebenso effizientes wie passgenaues Multiline-Angebot für Unternehmenskunden mit mehrstelligen Millionenumsatz.

MRH Trowe will den Ausbau des Maklergeschäfts vorantreiben, wozu z. B. auch Rolf Wiswesser ins Unternehmen gekommen ist. Wie läuft dieser Ausbau und wie viele Aufkäufe sind in diesem Jahr noch geplant?

Neben dem Ausbau unserer Leistungen für Industrie- und Gewerbetunden kümmern wir uns auch um das Segment der gehobenen Privatkunden. Das betrifft insbesondere die private Absicherung der Inhaber und Manager unserer Unternehmenskunden. Inzwischen haben wir mit der afm im Norden und FP Finanzpartner im Süden zwei Hubs für die umfassende Betreuung im Segment der Independent Financial Advisors (IFA), auf denen wir aufbauen. Wir haben hier ein interessantes Entwicklungsfeld, das wir uns noch näher ansehen werden.

Auch im Bereich People & Culture ist mit Leonid Karlinski als Chief Operating Officer Neues in der Pipeline. Welche Fortschritte wurden hier bereits erzielt und was sind nun die Herausforderungen?

Mit dem starken Wachstum von MRH Trowe haben wir auch unsere Managementstrukturen hinterfragt. Ein Unternehmen mit fast 2.000 Mitarbeitenden ist anders zu organisieren und zu führen als eines mit 100 oder 200 Kolleginnen und Kollegen. Deshalb haben wir uns auf der funktionalen Ebene mit Profis wie Leonid verstärkt, um auch bei Prozessen und Infrastruktur mitzuwachsen. Außerdem ist uns die kulturelle Integration sehr wichtig. Das zeigt sich z. B. darin, dass die neu aufgenommenen Unter-

nehmen im Cross Selling profitieren. Neun unserer zehn größten bAV-Kunden waren zunächst Kunden im Insurance-Segment. Das heißt, aus dem anorganischen Wachstum durch die Zukäufe wird dann weiteres organisches Wachstum.

Unser wichtigstes Ziel ist, dass wir unsere Kernphilosophie der Kundennähe behalten. Deshalb haben wir auch bewusst entschieden, dass wir uns als Gründer und Makler aus Leidenschaft auch weiterhin um die Kunden kümmern und in den entsprechenden Segmenten auf der Marktseite selbst weiterhin die Führung behalten: Michael Hirz im Bereich Real Estate, Max Trowe und Lars Mesterheide im Corporate-Segment sowie bei den Beziehungen zu den Risikoträgern und ich selbst im Segment Finance. Viele Kunden betreuen wir schon seit Jahren persönlich und dieser direkte Kontakt soll auch erhalten bleiben.

Sie unterhalten eine Bildungspartnerschaft mit dem beruflichen Schulzentrum Vogelsberg in Lauterbach. Dort fördern Sie Unterrichtseinheiten und Orientierungstage. Sehen Sie darin eine Chance, die nächste Generation an Mitarbeitenden zu finden?

Bildung ist ein hohes Gut – übrigens nicht nur im Hinblick auf unsere Nachwuchsgewinnung. Wir fördern auch seit vielen Jahren die gemeinnützige Organisation KiNiKi, die sich um Kinder und Jugendliche in schwierigen Situationen kümmert. Grundsätzlich ist das Ziel der Bildungspartnerschaft aber natürlich schon darauf ausgerichtet, den Blick auf unsere Branche zu richten, die ja extrem vielfältige Chancen bietet. Die Leistungen, die wir anbieten, erfordern eine sehr gute Ausbildung. Deshalb streben wir Bildungspartnerschaften nicht nur mit regionalen Schulen, sondern auch mit Hochschulen an. Nur so können wir die Qualität bieten, die unsere Kunden erwarten. Und wir stellen auch fest, dass es mittlerweile sehr attraktiv ist, zum Beispiel von der Versicherer- auf die Maklerseite zu wechseln. Nicht nur wegen der sehr guten Benefits, die wir neben dem Gehalt bieten, sondern auch weil wir auf gute Weiterbildung Wert legen und die Möglichkeit bieten, auch mal in andere Sparten oder Branchen reinzuschneppen. •



Marktmonitor 2025 zur Maklernachfolge

Dr. Adams & Associates begleitet und analysiert als M&A-Beratungsunternehmen den Markt für Bestands- und Unternehmensverkäufe im Maklersegment seit 25 Jahren. Erkenntnisse und Ergebnisse, die Dr. Adams & Associates ausschließlich mandatierten Kunden im Rahmen der Beratungsmandate mitteilt, werden einmal jährlich in komprimierter Form veröffentlicht. Auszugsweise werden im Folgenden verschiedene Aspekte der Marktentwicklung von Juli 2024 bis Juni 2025 wiedergegeben.

Nach unserer Wahrnehmung ist ein Teil [der] ehemaligen Verkäufer mit ihrer ursprünglichen Wahl des Konsolidierers unzufrieden und sucht nach Ablauf der Wettbewerbsfrist eine neue Heimat [...].

Der Transaktionsmarkt hat in den vergangenen zwölf Monaten eine gegensätzliche Entwicklung in den verschiedenen Marktsegmenten genommen. Die Anzahl der Transaktionen zum Erwerb von Maklerunternehmen hat sich nach unserer Analyse gegenüber den starken Vorjahren im Betrachtungszeitraum nominal auf dem hohen Niveau eingependelt. Gleichzeitig zeigen sich jedoch signifikante Veränderungen in den jeweiligen Losgrößen.

Verkaufspreise für Versicherungsmakler jenseits der 30 Mio. Euro – i. d. R. mit EBITDAs von mehr als 2,5 Mio. Euro – sind deutlich weniger als in den Vorjahren zu vermerken. Hier ist der Markt weitgehend „durchkonsolidiert“ und zukünftig kaum systematisch zu bearbeiten.

Im Kaufpreisintervall zwischen 15 Mio. Euro und 30 Mio. Euro gab es nach wie vor eine rege Transaktionsstätigkeit. Diese wird sich –

zumindest an der unteren Grenze des Intervalls – auch in den nächsten zwölf Monaten fortsetzen.

Die Dealgrößenordnungen zwischen 5 Mio. Euro und 15 Mio. Euro sind sehr differenziert zu betrachten. Die Transaktionsanzahl ist im Betrachtungszeitraum deutlich gewachsen, insbesondere Spezialmakler mit einer ausgeprägten Zielgruppenfokussierung konnten hier die höchsten EBITDA-Faktoren und damit die höchsten Kaufpreise realisieren. Die Private-Equity-finanzierten Player, unterdessen weit mehr als 15 Marktteilnehmer, die in der Regel mit angelsächsischem Private-Equity-Kapital ausgestattet sind, fokussieren sich nun stark auf diese beiden Intervalle. Dies geschieht auch, weil größere Zielunternehmen immer seltener an den Markt kommen bzw. im Markt verfügbar sind.

Für die Größenordnung unter 5 Mio. Euro ist gleichzeitig eine differenzierte Betrachtung angesagt, da

diese Transaktionsgrößen einer gesonderten Logik bezogen auf die eingepreisten zukünftigen Synergieeffekte unterliegen. Ein erheblicher Teil der Zielunternehmen in diesem Segment ist mittelfristig „stand alone“ nicht überlebensfähig. Die Anbindung an eine performante Plattform, die eine professionelle Abwicklung mithilfe von hochentwickelter IT-Infrastruktur, Beratungssoftware, Personalmanagement, Produktgebermanagement, Marketing und weiteren Serviceleistungen bietet, wird zwingend für diese Unternehmensgrößen. Lösungen zur professionellen Integration existieren bereits in der Ausprägung von ca. 20 performanten Maklerpools mit Versicherungsfokus und werden nun sukzessive zum Akquisitionsziel.

„Next big thing“ Maklerpools?

Fakt ist: Die Infrastruktur der meisten aktuell am Markt tätigen Konsolidierer erlaubt keinen Erwerb von Hunderten von Maklerunternehmen, die zwischen 100.000 Euro und 1 Mio. Euro Courtage darstellen. Die Unternehmensgrößen nach Courtage, Gewinn und Mitarbeiter dieser bei den Maklerpools aggregierten Marktteilnehmer liegen in der Regel deutlich unter dem bisherigen Beuteschema der Konsolidierer.

Die Konsolidierung im Markt der Versicherungsmaklerpools ist ein Trend, der aufgrund der zahlreichen am Markt verfügbaren Akquisitionsziele – mit Kaufpreisen größer 5 Mio. Euro – deutlich Fahrt aufnehmen wird. Sogenannte First Mover sind das Londoner Private-Equity-Haus HG Capital (Fonds-Finanz und PMA) sowie Warburg Pincus (blau direkt). Diese Entwicklung ist Teil einer größeren Welle von M&A-Transaktionen, die den deutschen Maklermarkt im Segment der Pools zukünftig prägen wird, da der stark fragmentierte Versicherungsmaklermarkt mit ca. 46.000 registrierten Maklern nach Prämien- und Courtagevolumen zu einem Großteil von Unternehmen mit Privatkunden und kleingewerblichen Kunden dominiert wird.

Der Erwerb eines Maklerpools

führt aufgrund der bei größeren Maklerpools kumulierten Courtage zu einem Zuwachs an Marktmacht und Konzentration gegenüber Produktgebern und Dienstleistern. Dies impliziert signifikante Skalen- und Synergieeffekte für den Konsolidierer wie auch für angebundene Maklerunternehmen nahezu aller Segmente mit nur einer Transaktion.

Die Mehrzahl der Maklerpools hat situativ Erfahrung gesammelt bei der Integration von kleineren Maklerfirmen als Asset Deal oder Share Deal. Insofern bestehen bei den meisten Pools Erfahrungen bei der Übernahme von Beständen und Anteilen, die sich mithilfe der Konsolidierer skalieren lassen.

„Spin-offs“ – eine neue Entwicklungslinie?

Die Motivationen zum Verkauf des Maklerunternehmens sind im Kern über die Jahre identisch geblieben. Die gestiegenen Multiplikatoren motivieren aber immer mehr Unternehmer, jetzt „Kasse“ zu machen, insbesondere wenn die Altersnachfolge mittelfristig ansteht und intern nicht realisiert werden kann.

Nach unserer Wahrnehmung ist jedoch ein Teil dieser ehemaligen Verkäufer mit ihrer ursprünglichen Wahl des Konsolidierers unzufrieden und sucht nach Ablauf der Wettbewerbsfrist eine neue Heimat für die Topkunden sowie für die qualifiziertesten Mitarbeiter. Eine vergleichbare Entwicklung ist in anderen europäischen Staaten erkennbar.

Wir gehen davon aus, dass auch in Deutschland diese Entwicklung Fahrt aufnehmen wird und sich weitere neue Player am Markt – gegebenenfalls Private-Equity-finanziert – als Spin-offs der verschiedenen am Markt tätigen Konsolidierer bilden werden.

Konsolidierung verlagert sich in kleinere Marktsegmente

Wie in den Vorjahren befinden sich die verschiedenen Marktsegmente in unterschiedlichen Konsolidierungsphasen. Mangels verfügbarer großer Zielunternehmen wird der

Wettbewerb zukünftig verstärkt bei Kaufpreisen bis 20 Mio. Euro stattfinden. Dies führt, basierend auf einer höheren Wettbewerbsintensität durch neue Player, zu höheren EBITDA-Multiplikatoren, auch in den bisher vernachlässigten kleineren Unternehmensgrößenordnungen. Maklerpools werden bei der Fokussierung der Konsolidierer auf immer kleinere Unternehmensgrößen mit ihrer vorhandenen Infrastruktur eine entscheidende Rolle spielen und somit zu präferierten Zielunternehmen der Konsolidierer werden. Aufgrund der wachsenden Anzahl der im Markt agierenden Private-Equity-finanzierten Käufer haben die „kleineren“ Verkäufer im Gegensatz zu den vergangenen Jahren zunehmend auch die Wahl, an wen sie ihr Lebenswerk veräußern.

Auch hier gilt das Transparenzgebot: Nur Vergleichen führt zu klugen Entscheidungen! •

Dr. Stefan G. Adams

Geschäftsführer der Dr. Adams & Associates GmbH & Co. KG





© Thanseth - stock.adobe.com

KI verändert die Arbeit – aber wir gestalten sie

Wie beeinflusst künstliche Intelligenz die Arbeitswelt von heute? Auch die Online-Design-Plattform-Canva setzt in vielen ihrer Tools auf KI. Doch für den Umgang mit KI im Job gilt: KI ist mächtig und kann viel, aber die Zukunft der Arbeit bestimmen wir immer noch selbst.



Tech verändert das Spiel. Unser Umgang damit entscheidet: Durchstarten oder Stillstand. Künstliche Intelligenz beschleunigt Prozesse, automatisiert Workflows, verlagert Zuständigkeiten. Aber die echte Revolution im Job ist keine Tech-Revolution – es ist eine Kultur-Revolution. Im Fokus steht nicht die Leistungsfähigkeit der Maschinen, sondern der Mehrwert und die Qualität, den sie in der Praxis schaffen.

Lernen, experimentieren, wachsen

Etablierte Unternehmensmodelle waren auf Kontrollierbarkeit ausgelegt: Feste Rollen, klare Hierarchien und standardisierte Prozesse sollten Stabilität garantieren. Doch die Realität der heutigen Arbeitswelt ist zunehmend dynamischer geworden. Besonders der Einsatz von KI erfordert, dass Teams schneller lernen, häufiger experimentieren und ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg ständig neu definieren.

Dieser Wandel kann besonders für Organisationen herausfordernd sein, die tief in etablierten Strukturen verwurzelt sind. Doch wenn sie in Zukunft florieren wollen, müssen sie Raum für Flexibilität, kontinuierliches Lernen und eigenständiges Arbeiten schaffen. Was es braucht, ist ein Führungsstil, der Veränderungsbereitschaft fördert und neue Entwicklungen aktiv unterstützt.

Die Zukunft der Arbeit wird nicht von künstlicher Intelligenz bestimmt. Sie wird von unserer Bereitschaft bestimmt, Führung neu zu denken.

Konkret bedeutet das: Micro-Learning etablieren, also kurze, zielgerichtete Lerneinheiten, die sich leicht in den Arbeitsalltag integrieren lassen. Entscheidungsprozesse dezentralisieren und projektorientierte Arbeitsweisen fördern, damit Teams nicht in gewohnten Mustern verharren, sondern sich dynamisch mit ihrer Umgebung weiterentwickeln können.

Purpose statt Kontrolle

Jahrelang galten Kontrolle und starre Strukturen als bewährte Mittel zur Leistungssteuerung, unterstützt durch Anreize und klare Vorgaben. Doch in einer Arbeitswelt, die zunehmend verteilt, asynchron und technologiegestützt ist, wirkt Kontrolle über traditionelle Richtlinien wie ein stumpfes Instrument. Sie erreicht nicht mehr, was moderne Unternehmen wirklich brauchen: Commitment, Kreativität und Eigenverantwortung.

Statt Kontrolle braucht es heute Klarheit über den Purpose der Arbeit. Wenn Mitarbeitende verstehen, warum ihre Arbeit wichtig ist, steigt ihre Motivation. Sie werden kreativer, resilienter und nutzen Technologien wie KI nicht nur zum Abhaken von Tasks, sondern um echten Mehrwert zu schaffen.

Leadership bedeutet deshalb vor allem: Orientierung geben. Das gelingt durch offene Diskussionen und gemeinsame Reflexion: Was treibt uns an? Für wen arbeiten wir? Und was macht unsere Arbeit wirklich sinnvoll? So entsteht eine Unternehmenskultur, die nicht nur auf Performance setzt, sondern auf Aufgaben mit Wirkungskraft und langfristigen Vorteilen.

Ziel ist nicht die Menge, sondern der Unterschied, den wir machen

KI ist zweifellos mächtig, wenn es darum geht, Arbeitsprozesse zu skalieren. Sie kann zum Beispiel Content, Code oder Kampagnen in kürzester Zeit generieren. Doch bei der Jagd nach immer mehr Output drohen wir aus den Augen zu verlieren, was wirklich zählt: die Qualität unserer Ideen, die Wirkung unserer Arbeit und die Beziehungen zwischen den Menschen, die sie prägen.

Moderne Führung sollte deshalb den Maßstab für Erfolg neu justieren: weg von purer Quantität hin zu echter Substanz. Es geht darum, Value statt Volume zu schaffen und Effizienz mit Empathie zu verbinden. Qualität entsteht durch relevanten Content, nachvollziehbare Ergebnisse und lebendigen Austausch. Das braucht Teams mit scharfem Urteilsvermögen, starken Storytelling-Skills und eine Kultur, die Feedback nicht nur zulässt, sondern fördert.

Das bedeutet: klare Qualitätsstandards definieren, Zeit für konzeptionelles Denken schaffen, KI-Einsatz kritisch reflektieren und Arbeitsszenarien fördern, in denen Kommunikation, Kreativität und menschliche Verbindung bewusst Raum bekommen.

Leadership-Wandel – Mitarbeitende im Mittelpunkt

Die Zukunft der Arbeit wird nicht von künstlicher Intelligenz bestimmt. Sie wird von unserer Bereitschaft bestimmt, Führung neu zu denken. Erfolgreiche Unternehmen werden nicht die sein, die auf starre Strukturen oder maximale Effizienz setzen, sondern die, die ihren Teams ermöglichen, flexibel zu handeln, mit echtem Purpose zu agieren und sich auf Qualität und menschliche Verbindung zu fokussieren.

In der heutigen Arbeitswelt reicht es nicht mehr, Prozesse zu managen. Es braucht Führungskräfte, die Räume schaffen, in denen Lernen, Eigenverantwortung und Empathie zur Selbstverständlichkeit werden. Die wahren Erfolgsfaktoren der Zukunft liegen nicht im Output, sondern in der Fähigkeit, Wandel aktiv zu gestalten, sinnvolle Arbeit zu ermöglichen und Technologie gezielt einzusetzen, um menschliches Potenzial zu entwickeln. Das ist die echte Chance und die Führungsaufgabe unserer Zeit. •

Bei der Jagd nach immer mehr Output drohen wir aus den Augen zu verlieren, was wirklich zählt: die Qualität unserer Ideen, die Wirkung unserer Arbeit und die Beziehungen zwischen den Menschen, die sie prägen.



NEW WORK

Daniela Nyarko

Strategic Sales Lead Europe at Canva





© Dusan - stock.adobe.com

Warum echte Beziehungen in der Beratung von Frauen so wichtig sind

Viele Vermittler:innen posten regelmäßig auf Social Media – aber echte Kund:innenbeziehungen entstehen daraus selten. Besonders bei der Ansprache von Frauen werden große Chancen verspielt. Warum das so ist, was Social Media heute wirklich braucht und wie gerade Frauen auf Augenhöhe angesprochen werden wollen, zeigt Cornelia Frankenberg anhand praktischer Erfahrungen und konkreter Tipps aus dem Beratungsalltag.

Wer nur schnell verkaufen will, für den sind Frauen als Zielgruppe nicht geeignet.

Viele Vermittler:innen haben ein oder mehrere Social-Media-Profile und pflegen diese mehr oder weniger gut: Kontakte aus der Branche und dem Freundeskreis, hin und wieder ein Post (wenn man mal dran denkt), doch ansonsten gähnende Leere. Likes sind oft Zufallstreffer. Zielgruppenansprache? Fehlanzeige.

Social Media ist keine Einbahnstraße

Es heißt nicht ohne Grund „soziales Netzwerk“. Deswegen gilt:

- Community Management ist das A und O: Vermittler:innen sollten mit der Zielgruppe interagieren. Dazu gehören Kommentare, Reaktionen auf Storys und auch der Austausch in Direktnachrichten.
- „Don't post and ghost“: Kommentare unter dem eigenen Post sollten zügig beantwortet werden. Das schafft Vertrauen und zeugt von Respekt.

- Den Algorithmus „aufwärmen“: Dann posten, wenn man auch aktiv ist. Das fördert die Reichweite des eigenen Beitrags.

Vertrauen aufbauen

Menschen kaufen von Menschen. Daher gehört in ein soziales Netzwerk auch Persönlichkeit. Damit ist nicht das Foto vom Mittagessen gemeint, sondern Posts über persönliche Aspekte wie z. B. ein Hobby, eigene unternehmerische Herausforderungen oder Dinge, die man mit der Zielgruppe gemeinsam hat. Außerdem wollen Menschen auch Gesichter sehen. Das schafft Vertrauen und erzeugt einen Wiedererkennungswert.

Frauen gewinnen – nur mit echtem Verständnis

Frauen ticken anders. Und das hat strukturelle Gründe:

1. Finanzielle Sozialisation: Frauen wird tendenziell weniger Finanz-



Cornelia Frankenberg

Gründerin und Geschäftsführerin von ILMFINANZ

kompetenz zugeschrieben, sie erhalten weniger finanzielle Bildung und haben daher ein geringeres finanzielles Selbstvertrauen. Auch in Beziehungen wird das deutlich. Männer sehen sich häufig als hauptverantwortlich für Finanzthemen und unterschätzen das Mitsprachebedürfnis der Frauen (Quelle: Umfrage von Verivox, Stand 2025).

2. Geringere Einkommen: Der Gender Pay Gap ist real. Berufe, in denen vorwiegend Frauen arbeiten, werden tendenziell schlechter bezahlt. Zudem arbeitet etwa die Hälfte aller berufstätigen Frauen in Deutschland in Teilzeit (Statistisches Bundesamt, Stand 2023).
3. Größere soziale Verantwortung: Frauen leisten 43,4% mehr Care-Arbeit als Männer – diese Tatsache ist bekannt unter dem Begriff Gender Care Gap – und fast 90% aller Alleinerziehenden in Deutschland sind Frauen (BMFSFJ, Stand 2025).
4. Geringe Fehlertoleranz: Aufgrund des niedrigeren Einkommens und der höheren Verantwortung haben Frauen einen geringen Spielraum für Fehlentscheidungen. Daher überlegen sie dreimal, ob und wie sie sich absichern, und informieren sich sehr gründlich, bevor sie eine Entscheidung treffen.
5. Wenig mentale Kapazität für die eigene Finanzplanung: Frauen tragen in Beziehungen meist die höhere mentale Belastung (sog. Mental Load). Sie haben riesige To-do-Listen und Fakten im Kopf: Einkäufe, Geburtstagsgeschenke, Hausaufgaben, Schuhgrößen der Kinder. Viele wissen sogar besser über Allergien oder Medikamente der Ehepartner Bescheid als diese selbst. Da bleibt für die eigene Finanzplanung oft zu wenig Raum im Kopf.

Frauen gezielt abholen

Doch wie erreicht man nun Frauen am besten? Grundlegend gilt wie bei jeder Zielgruppe: Man braucht ein fundiertes Verständnis für sie, man sollte ihre Sorgen und Nöte kennen, sie ernst nehmen und sie dort abholen, wo sie stehen. Dazu gehört:

- Themen, die Frauen betreffen, aufgreifen, z. B. Gender Gaps, finanzielle Eigenständigkeit in Beziehungen etc.: Das zeugt von Verständnis für die Situation und schafft eine Kommunikation auf Augenhöhe. Frauen wollen sich, wie alle Menschen, gesehen fühlen.
- Die eigene Kompetenz beweisen, z. B. mit konkreten Fallbeispielen: Wer den Beratungsprozess einer Kundin und die gefundenen Lösungen darstellt (natürlich anonymisiert), bietet einen Einblick in die eigenen Prozesse und macht die Beratung greifbarer.
- Mehrwerte schaffen, z. B. kostenlose Tipps und Tricks anbieten: Damit untermauert man die eigene Expertise und baut Stück für Stück Vertrauen auf.
- Echtes Interesse zeigen: Wer echte Fragen stellt, bekommt echte Antworten. Und lernt, was Frauen wirklich bewegt.
- Weniger Sales – mehr Substanz: Frauen reagieren sensibler auf Verkaufsdruck. Mehr erklären und mehr Zeit für Entscheidungen einräumen.

Doch warum das Ganze?

Warum sollten Frauen überhaupt angesprochen werden, wo sie doch tendenziell ein geringeres finanzielles Potenzial haben als Männer?

1. Frauen sind loyal. Haben sie sich einmal nach gründlicher Überlegung entschieden, bleiben sie in

der Regel bei ihren Entscheidungen. Außerdem empfehlen sie gerne weiter.

2. Die Lücke ist groß, das Potenzial ebenso. Frauen haben eine größere Rentenlücke als Männer (Gender Pension Gap) und müssen dementsprechend mehr tun. Hier kann man, wenn vorhanden, den Ehepartner ins Boot holen und die Altersvorsorge aus dem Familieneinkommen finanzieren.
3. Finanzielle Gleichberechtigung sollte ein gesellschaftliches Ziel sein, schließlich stellen Frauen die Hälfte der Bevölkerung. Frauen brauchen Wissen, Mut und die passende finanzielle Absicherung. Nur so können sie in allen Lebenslagen selbstbestimmte Entscheidungen treffen.

Vom Abstrakten zum Konkreten

Für mich habe ich dazu LinkedIn ausgewählt. Dort sieht man in den Profilen sehr gut, mit wem man gerade kommuniziert, und es macht die direkte Ansprache leichter. Täglich bin ich etwa eine Stunde dort aktiv. Ich folge Frauen aus meiner Zielgruppe und auch Personen, die über relevante Themen für Frauen schreiben. Ich kommentiere regelmäßig, um in den Austausch zu kommen. Auch in meinen eigenen Posts greife ich die Probleme meiner Zielgruppe auf und biete Lösungen an. Das ist natürlich viel Arbeit. Social Media macht sich nicht nebenbei. Doch es lohnt sich.

Beziehungsarbeit statt Abschlussdruck

Wer nur schnell verkaufen will, für den sind Frauen als Zielgruppe nicht geeignet. Doch wer echte Beziehungen aufbauen und Mehrwert vermitteln will, der findet in diesem Kreis unglaublich dankbare und loyale Kundinnen. •



Auf der DKM 2023 fand erstmals die FemSurance mit Top-Speakerinnen statt. Ihr Ziel ist, mehr Frauen für die Versicherungsbranche zu begeistern sowie Frauen in Führungspositionen zu unterstützen. Auf der DKM 2025 geht sie bereits in die dritte Runde. Mehr Infos zur FemSurance gibt's unter: die-leitmesse.de/programm/femsurance.

KI im Maklervertrieb: Vom Buzzword zur Effizienzrevolution

Die Versicherungsbranche steht vor einem enormen technologischen Umbruch – mittendrin: der Maklervertrieb. Zwischen wachsender Komplexität, Fachkräftemangel und steigendem Serviceanspruch geraten klassische Strukturen zunehmend ins Wanken. KI verspricht Abhilfe – doch was davon ist tatsächlicher Mehrwert und was nur Schlagwort?

Ein Blick hinter die Buzzwords zeigt: KI kann weit mehr als nur Prozesse automatisieren. Sie hat das Potenzial, das Maklermanagement grundlegend zu verändern – wenn sie gezielt eingesetzt wird.

Erwartung vs. Wirklichkeit: Druck auf Maklermanagement steigt

Vertriebspartner wünschen sich heute einen Service, wie sie ihn aus anderen Bereichen kennen: digital, schnell und individuell. Wer online eine Reise bucht, ein Bankkonto eröffnet oder einen Arzttermin organisiert, erwartet reibungslose Abläufe, sofortige Rückmeldung und transparente Informationen – rund um die Uhr. Diese digitalen Erlebnisse prägen die Erwartungshaltung und übertragen sich zunehmend auf die Zusammenarbeit mit Versicherern. Die Realität in vielen Versicherungsunternehmen hinkt jedoch hinterher: Manuelle Prozesse, fragmentierte IT-Systeme und personelle Engpässe prägen das Bild – mit spürbaren Auswirkungen auf die Servicequalität.

Ferner treffen die wachsenden Erwartungen auf eine Vertriebsstruktur, die vielerorts an ihre Grenzen stößt. Maklerbetreuer sind häufig für dutzende, teils hunderte Vertriebspartner zuständig – eine intensive,

individuelle Betreuung ist unter diesen Bedingungen kaum realisierbar. Der Druck, jedem Partner dennoch gerecht zu werden, steigt weiter: Die Wechselbarrieren sind gesunken, das Angebot im Markt wächst, und Differenzierung über Service wird zum zentralen Wettbewerbsfaktor.

Das Pareto-Prinzip verdeutlicht die Herausforderung: Rund 20% der Makler generieren etwa 80% des Umsatzes. Vertriebsressourcen werden daher zwangsläufig auf diese Top-Performer konzentriert. Doch was passiert mit der breiten Mitte? Häufig bleiben potenzialträchtige, aber weniger auffällige Partner unbeachtet – ein Risiko, denn gerade hier schlummern oft Wachstumschancen. Klassische Modelle stoßen an Grenzen, wenn Skalierung ohne Qualitätseinbußen gelingen soll.

Neue Wege zur Skalierung und Individualisierung mit KI

Hier setzt künstliche Intelligenz (KI) an – als Schlüssel zur gezielten Entlastung und besseren Steuerbarkeit. KI ist nicht nur ein Instrument zur Effizienzsteigerung, sondern ein Enabler für neue Betreuungsansätze. Richtig eingesetzt, ergänzt sie menschliche Arbeit, macht sie effektiver – und schafft Raum für das Wesentliche: Beziehungsmanagement, individuelle Unterstützung und strategische Entwicklung. Zahlreiche Anwendungsbeispiele verdeutlichen das Potenzial:

- **Automatisierte Kommunikation:** KI analysiert eingehende E-Mails oder Chatnachrichten, kategorisiert sie thematisch und sorgt für direkte, kontextbasierte Antworten oder Weiterleitungen.
- **Onboarding von Partnern:** Die Prüfung von AVAD-Auskünften, Vertragsunterlagen oder wirtschaftlichen Kennzahlen kann automatisiert erfolgen – der Prozess wird sicherer und schneller.

- Virtuelle Assistenten: Sprach- oder textbasierte Systeme übernehmen Routinekommunikation, nehmen Anfragen entgegen oder laden zu Webinaren ein – 24/7 verfügbar, ohne Personalbindung.
- Gesprächsanalyse: KI-gestützte Transkripte und Auswertungen ermöglichen strukturierte Gesprächsprotokolle, automatische Aufgabenverteilung und fundierte Nachbereitung.
- Frühwarnsysteme: Intelligente Trigger, z. B. rückläufige Umsätze oder Inaktivität, ermöglichen präventives Handeln – bevor ein Partner abspringt oder Risiken eintreten.
- Segmentierung: KI erlaubt eine datenbasierte Einteilung der Partner in Zielgruppen, inklusive maßgeschneiderter Betreuung, individueller Kampagnen und smarter Anreizsysteme.
- Mobile Dokumentenerfassung: Im Gespräch erfasste Unterlagen werden per Smartphone digitalisiert, klassifiziert und automatisch im CRM verarbeitet – inklusive To-dos.

Diese Anwendungen schaffen nicht nur Effizienzgewinne, sondern erhöhen auch die Servicequalität – ohne zusätzliche Ressourcenbindung. Der Vertrieb wird skalierbar, ohne an persönlicher Relevanz zu verlieren.

Wandel beginnt im Kopf: Technologie braucht Akzeptanz

So vielversprechend die Technologie ist – ohne kulturellen Wandel bleibt ihr Potenzial ungenutzt. Der Einsatz von KI im Maklermanagement erfordert Vertrauen, Akzeptanz und eine strategische Einbettung in bestehende Prozesse. Mitarbeitende müssen den Nutzen für ihre tägliche Arbeit erkennen und erleben, dass die Technologie ihnen Arbeit abnimmt – nicht Verantwortung oder Einfluss.

Damit einher geht ein Rollenwandel: Der klassische Maklerbetreuer wird zum datenunterstützten Beziehungsmanager. Statt reiner Produktinformation rückt die beratende Begleitung in den Fokus – unterstützt durch KI-Systeme, die Empfehlungen geben, Aufgaben priorisieren oder Potenziale sichtbar machen.

Regulatorik: Mehr Last oder versteckter Treiber?

Ein oft übersehener Hebel für KI liegt in der zunehmenden Regulierung. Ob Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Insurance Distribution Directive (IDD) oder ESG-Reporting – die Anforderungen an Nachweis, Dokumentation und Compliance steigen kontinuierlich. Was für viele Unternehmen als zusätzliche Bürde erscheint, lässt sich durch KI in einen Wettbewerbsvorteil ummünzen. Automatisierte Prüfprozesse, intelligente Dokumentation oder integrierte Kontrollmechanismen sorgen nicht nur für Entlastung, sondern auch für mehr Sicherheit – sowohl intern als auch gegenüber Vertriebspartnern und Aufsichtsbehörden.

Fazit: Wer Makler binden will, muss digital denken

Künstliche Intelligenz ist mehr als ein Hype – sie ist ein strategisches Werkzeug für modernes, resilient aufgestelltes Maklermanagement. Sie schafft die Voraussetzung, um in einem komplexen Umfeld effizient, individuell und zukunftsorientiert zu agieren.

Der Maklervertrieb der Zukunft ist hybrid – persönlich dort, wo es zählt, digital dort, wo es effizienter ist. Natürlich erfordert der Aufbau KI-gestützter Maklerstrukturen Investitionen – in Technologie, Datenqualität, Qualifizierung und Change Management. Doch der Return on Investment liegt klar auf der Hand: Unternehmen gewinnen an Effizienz, Servicequalität und strategischer Steuerbarkeit.

Wer heute in KI investiert, professionalisiert nicht nur die eigene Partnerbetreuung, sondern sichert langfristig seine Marktposition. Denn eines ist sicher: Die Erwartungen der Makler an Geschwindigkeit, Transparenz und Individualisierung werden nicht sinken – sie werden weiter steigen.



Andreas Stollenwerk
Head of CX Strategy & Transformation
bei der msg for banking ag



Die Dopamin-Falle: Warum wir Aufmerksamkeit verlieren

Versicherungsvermittlung scheidert heute oft nicht am Inhalt, sondern an der fehlenden Aufmerksamkeit. Die Generation Z setzt neue Kommunikationsstandards. Wer nicht sofort Relevanz erzeugt, wird übersehen. Damit wird Aufmerksamkeit zur Schlüsselfrage, meint AssCompact Kolumnist Andreas Wollermann.

Wer heute Versicherungen vermittelt, tritt nicht nur gegen den Wettbewerb an. Wir treten gegen einen viel mächtigeren Gegner in den Ring: die fragmentierte Aufmerksamkeit unserer Kundinnen und Kunden.

Das klingt im ersten Moment abstrakt, betrifft aber den Kern unseres Geschäftsmodells. Wir erleben gerade, wie Generationen, die mit Smartphones, Social Media und permanentem Dopamin-Kick aufwachsen, den Takt vorgeben. Wer es nicht schafft, in den ersten Sekunden mit dem eigenen Content Relevanz zu erzeugen, wird schlichtweg weggewischt.

Die Generation Z und auch schon die Generation Alpha wachsen in einer Welt auf, in der Aufmerksamkeit ein rares Gut ist. Jeder Wisch am Display, jedes kurze Video, jede Push-Nachricht liefert kleine Belohnungen fürs Gehirn. Das sorgt dafür, dass traditionelle Kommunikationswege, lange Produktbroschüren, komplexe Beratungspräsentationen und verschachtelte Webseiten immer weniger wirken.

Die Folge ist drastisch! Viele Versicherungsunternehmen und Vermittler verlieren nicht etwa, weil sie fachlich schlechter sind als der Wettbewerb, sondern weil sie es

nicht schaffen, die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen und zu halten.

Zukunft der Beratung

Wir sprechen hier nicht von einer oberflächlichen Modeerscheinung. Wir sprechen von einer grundlegenden Veränderung der Wahrnehmung und somit der Zukunft der Beratung. Es reicht nicht mehr, nur fachlich korrekt und seriös zu sein. Wer heute Menschen erreichen will, muss ihre Welt verstehen. Diese Welt ist geprägt von permanenten Reizen, maximaler Auswahl und einer fast schon brutalen Filterkompetenz.

Viele in unserer Branche hoffen, dass sich dieser Trend wieder „normalisiert“. Dass die Menschen irgendwann merken, wie wichtig fundierte Beratung ist. Natürlich ist Beratung wichtig. Aber sie wird nicht einmal mehr wahrgenommen, wenn wir sie nicht so gestalten, dass sie Aufmerksamkeit erzeugt.

Das bedeutet nicht, dass wir ab sofort alle Tanzvideos auf TikTok produzieren müssen! Es bedeutet aber sehr wohl, dass wir die Regeln der veränderten Kommunikation ernst nehmen sollten:

- Kürzer, klarer, relevanter kommunizieren.

- Digitale Berührungspunkte emotionaler gestalten.
- Geschichten erzählen, die in Erinnerung bleiben.

Viele Menschen unserer Branche unterschätzen, wie groß der Graben inzwischen geworden ist. Während wir intern über Prozessoptimierung sprechen, hat sich draußen die Erwartungshaltung unserer Kundschaft radikal verändert.

Heute reichen drei bis fünf Sekunden, in denen entschieden wird, ob man sich mit einem Angebot befasst oder weiterscrollt! Das ist die Realität. Und sie wird nicht mehr verschwinden, es sei denn, jemand kann das WLAN-Kabel durchschneiden! Ironie off!

Jede Plattform, jede App hat den Anspruch, maximal einfach und unterhaltsam zu sein. Diese Benchmark überträgt sich unweigerlich auf die Wahrnehmung unserer Angebote. Wenn unsere Webseiten aussehen wie digitale Verwaltungsakten, wenn unsere Gespräche wirken wie ein Pflichttermin, wenn unsere Unterlagen so komplex sind, dass niemand sie versteht, dann verlieren wir. Nicht weil unsere Produkte schlecht sind. Sondern weil wir nicht mehr im relevantesten Raum der Menschen stattfinden.





© adiba sakila almarji - stock.adobe.com

Wir müssen uns unbequemen Fragen stellen

Wie schaffen wir es, dass unsere Botschaften sofort ein emotionales Signal auslösen?

Wie reduzieren wir Komplexität, ohne Substanz zu verlieren? Wie gelingt es, digitale Beratungserlebnisse so zu gestalten, dass sie in einer Welt voller Reize bestehen können?

Dabei hilft es nicht, altes Denken auf neue Kanäle zu übertragen. Ein Erklärvideo, das genauso langweilig ist wie die Broschüre, löst keinen Dopamin-Kick aus. Eine Social-Media-Kampagne ohne echte Geschichte verpufft genauso wie auf einem Blatt Papier! Wer Aufmerksamkeit gewinnen will, muss mutig sein.

Mut, die Dinge anders zu machen. Mut, die Perspektive der Kundinnen und Kunden von heute und morgen einzunehmen. Mut, nicht immer nur Prozesse zu optimieren, sondern digitale Erlebnisse zu gestalten. Dazu gehört auch die Bereitschaft, den eigenen Anspruch an Perfektion zu hinterfragen. In einer Welt, in der Menschen sich oft intuitiv für Angebote entscheiden, zählt nicht immer die letzte Detailtiefe, sondern der erste Eindruck und die Authentizität der Akteure, die diese Angebote liefern! Fühle ich mich gesehen? Verstehe ich sofort,

warum das für mich relevant ist? Spüre ich, dass hier ein Partner auf Augenhöhe kommuniziert?

Aufmerksamkeit ist die neue Währung

Wenn wir diese Mechanismen verstehen, können wir sie auch positiv nutzen. Wir können Beratung und Social Media Content so gestalten, dass sie sich wie ein Dialog und nicht wie ein Monolog anfühlen. Wir können digitale Kommunikation so entwickeln, dass sie ein Erlebnis wird, nicht nur eine Informationsübermittlung.

Dopamin ist kein Feind. Es ist der Beweis, dass Menschen emotional reagieren. Genau darin liegt unsere Chance! Wenn wir es schaffen, Aufmerksamkeit mit Substanz zu verbinden, entstehen Bindung, Vertrauen und Loyalität.

Dafür müssen wir aufhören, die Augen zu verschließen. Die größte Gefahr ist nicht, dass die Menschen Versicherungen ablehnen. Die größte Gefahr ist, dass sie uns schlicht nicht mehr wahrnehmen. Das ist die eigentliche Dopamin-Falle. Es liegt an uns, sie zu verstehen und mutig neue Wege zu gehen, um wieder in den Fokus unserer Kundinnen und Kunden, aber auch der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Zukunft zu rücken. ●

Wer Aufmerksamkeit gewinnen will, muss mutig sein. Mut, die Dinge anders zu machen.

Andreas Wollermann

Berater und Trainer für Versicherer und Finanzdienstleister unter der Wortmarke GENSurance®
gensurance.de





Innovationen und inspirierende Talks auf dem Makler-Summit Süd-West

Am 10.07.2025 traf sich die Branche in Kornwestheim auf dem W&W-Campus beim Makler-Summit Süd-West, um gemeinsam in die Zukunft der Makler, Versicherer und des Vertriebs zu blicken.

Es ist ein in der Versicherungs- und Maklerbranche etabliertes Event, doch dieses Jahr hatte das Makler-Summit Süd-West (ehemals Forum Süd-West) noch erfrischende Neuerungen in petto: Erstmals mit neuem Namen und in neuer Location konnten sich die Teilnehmenden auf dem W&W-Campus in Kornwestheim am 10.07.2025 spannende Impulse rund um die Themen Vertrieb, KI und Produktneuheiten abholen.

„Vielfältig. Kompakt. Regional. Persönlich.“

Unter dem Motto „Vielfältig. Kompakt. Regional. Persönlich.“ kamen Versicherungsmakler, Versicherer, Veranstalter und weitere Branchenvertreter zusammen, um in

den Informations- und Ideenaustausch zu gehen. Dabei bietet das Vor-Ort-Event Input zu vielfältigen Themen – von Biometrie über Baufinanzierung bis Gewerbe. Denn beim Makler-Summit Süd-West gibt es bewusst keinen Themenschwerpunkt, sodass die Teilnehmenden einen bunten Strauß an Vorträgen besuchen können, um sich weiterzubilden.

Wertschöpfung durch Gespräche und Informationsaustausch

Und so freute sich Zeliha Hanning, Vorstandsvorsitzende der Württembergische Versicherung AG, in ihrer Begrüßungsrede auf einen Austausch auf Augenhöhe, kontroverse Diskussionen und innovative Gespräche, die die Branche weiterbringen. Tobias Knörner, CEO

und Gesellschafter bei der bbg Betriebsberatungs GmbH, zeigte sich bereits zu Beginn des Events überzeugt, dass die Teilnehmenden den Tag nutzen würden, um zuzuhören, nachzufragen und gemeinsam zu denken. Beide betonten den Wert starker Partnerschaften und es war ihnen wichtig, dass das Event eine Atmosphäre des offenen Austauschs schafft, was sich unter anderem auch in den Räumlichkeiten der Veranstaltung widerspiegelte: Dort boten sich umfassende Möglichkeiten für wertschöpfende Gespräche und einen Informationsaustausch mit Mehrwert für alle Seiten.

Weiterbildung und Netzwerk

Beispielsweise konnten die Besucher im Rahmen von 15 Fachvorträgen

viele Impulse mitnehmen und zudem insgesamt drei Stunden Weiterbildungszeit sammeln. Noch mehr Austausch- und Informationsmöglichkeiten gab es bei den 20 Ausstellern, die die Fachbesucher an ihren Ständen begrüßten.

Wie Makler künstliche Intelligenz für sich nutzen können

Die Keynote-Vorträge wiederum setzten gekonnt und mit viel Expertise das Buzzword unserer Zeit – „künstliche Intelligenz“, kurz „KI“ – in einen Kontext für Makler und Vertriebler. Top-Speakerin Leona Spauszus, Social-Media-, Canva- und KI-Expertin sowie Inhaberin von LEONA MEDIA MARKETING, gab dem Publikum in ihrer Keynote mit dem Titel „10 × schneller im Vertrieb – Die besten KI-Hacks aus der Praxis“ Tool-Tipps für den Arbeitsalltag im Maklerhaus sowie einige Tipps zum Prompten, also wie die Anweisungen an die KI zu besseren Ergebnissen führen.

Sandro Mund, Head of IT bei der bbg Betriebsberatungs GmbH, stellte in seiner Keynote „Wie Sie mit KI internes Wissen automatisiert nutzbar machen“ ein eigens entwickeltes KI-Tool vor, bei dem es darum geht, Wissen im Unternehmen zu strukturieren, zu managen und verfügbar zu machen, auch wenn Mitarbeitende aus unterschiedlichen Gründen z. B. aus dem Unternehmen ausscheiden oder länger nicht anwesend sind. Dadurch kann besonders das Onboarding für neue Mitarbeiter erleichtert werden. Der Top-Speaker berichtete aus der Praxis der KI-Entwicklung und nannte Herausforderungen, denen man sich in diesem Zusammenhang als Unternehmen stellen muss.

Alles in allem zeigte das Makler-Summit Süd-West in diesem Jahr mit erfrischenden Neuerungen und altbekannter Qualität diverse Lösungen auf die zu Beginn von Knörrer genannte Fragestellung „Wie verbinden wir Erfahrung mit Zukunft?“ auf.





Brauche ich weitere Mitarbeiter oder mehr KI?

Wenn der eigene Kundenbestand wächst, wachsen für Vermittler die Aufgaben – und oft auch die Fragezeichen. Mit jedem neu gewonnenen Kunden wächst nicht nur der Umsatz, sondern auch der organisatorische Aufwand. Plötzlich reichen die vorhandenen Strukturen nicht mehr aus, um dem eigenen Anspruch und den gestiegenen Kundenerwartungen gerecht zu werden.

Dabei entsteht heute die Frage: Setze ich auf personelles Wachstum oder auf Unterstützung durch KI?

Was spricht für neue Mitarbeiter?

- **Kundenbindung:** Vertrauen ist das Fundament jeder langfristigen Kundenbeziehung. Gerade im sensiblen Bereich der Versicherungen, wo es um Sicherheit, Vorsorge und existenzielle Risiken geht, wünschen sich viele Kunden ein menschliches Gegenüber. Jemanden, der mitdenkt, zuhört, mitfühlt.

Steffen Ritter

Steffen Ritter ist Geschäftsführer des Instituts Ritter und Mitinitiator des Jungmakler Awards.



Alle Infos und Teilnahmebedingungen unter jungmakler.de

- **Empathie:** Menschen verstehen auch das, was nicht gesagt wird. Gute Mitarbeiter spüren Unsicherheiten, erkennen Unausgesprochenes. Das schafft nicht nur Vertrauen, sondern auch eine ganz andere Qualität der Betreuung.

Was spricht für mehr KI?

- **Effizienz:** KI kann sich wiederholende Aufgaben wie z. B. Terminvereinbarungen, Datenpflege, Dokumentation, Vertragsanalysen oder einfache Rückfragen nicht nur schneller, sondern auch rund um die Uhr und ohne Ermüdung erledigen. Das spart Zeit und damit Geld.
- **Skalierbarkeit:** Einmal etabliert sind KI-Lösungen oft günstiger als zusätzliches Personal. Zudem sind sie skalierbar. Technische Unterstützung, z. B. durch mögliche Datenanalysen und Co., sind heute in der Lage, auch dem Vertrieb Rückenwind zu geben. Neue Anforderungen können oft mit einem Software-Update gelöst werden, ohne dass ein aufwendiger Recruiting-Prozess nötig wird.

Was also tun?

Die Lösung liegt selten im „Entweder-oder“. Die wahre Stärke entfaltet sich im „Sowohl-als-auch“. Neue Mitarbeiter und KI ergänzen sich ideal: Während KI Routineaufgaben übernimmt, automatisiert und strukturiert, gewinnen Mitarbeiter Freiraum für das, was ihnen am besten liegt: die Arbeit mit Menschen. Kundenbeziehungen werden intensiver, Beratungsqualität steigt.

Die KI kann zudem auch bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter

unterstützen, indem sie relevante Informationen schnell zur Verfügung stellt und durch smarte Assistenzsysteme eine gezielte Begleitung im Alltag ermöglicht. So beschleunigen sich Lernprozesse. Neue Kolleginnen und Kollegen sind schneller einsatzbereit.

Fazit für Vermittlerbetriebe

Wachsende Bestände geben Vermittlern heute die Gelegenheit, zwei Entwicklungswege zugleich zu nutzen. Beide zusammen ergeben nach unseren Analysen den aktuell besten Hebel.

Letztlich geht es neben dem Wachstum des Bestandes auch um das Wachstum unternehmerischen Know-hows bei der Inhaberin oder dem Inhaber. Die Begleitthemen unseres Instituts gewinnen letztlich nochmals mehr Bedeutung.

Wer heute clever kombiniert, hat morgen nicht nur ein leistungsstarkes Team, sondern auch zufriedene Kunden, stabile Prozesse und einen klaren Wettbewerbsvorteil. Denn am Ende zählt, dass genug Zeit bleibt. Zeit, für das, was wirklich wichtig ist: Menschen.





DIE LEITMESSE FÜR DIE FINANZ-
UND VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT

28.-29. Oktober 2025
Messe Dortmund



TICKET
für 2025
sichern



Schon jetzt für die
DKM 2025 anmelden

die-leitmesse.de



Vorsorge Forum in neuer Aufmachung

Eine neue Location und ein ausgeweitetes Konzept sorgten auf dem diesjährigen Vorsorge Forum in Köln für frischen Wind. Die Teilnehmer erlebten einen vielseitigen Tag mit informativen Workshops, einer Top-Keynote und einer mit renommierten Branchenexperten besetzten Diskussionsrunde.

Die diesjährige Auflage des Vorsorge Forums am 24.06.2025 in Köln konnte nicht nur mit einer neuen Location, sondern auch mit einem erweiterten Konzept aufwarten. Zum inzwischen 22. Mal fand das Vorsorge Forum statt – bisher war es den Teilnehmern als „Forum bV“ bekannt gewesen. Die Neuausrichtung, die nun neben der betrieblichen auch die private Vorsorge in den Fokus der Veranstaltung stellt, berücksichtigt die steigende Bedeutung der

Absicherung über alle Säulen der Altersvorsorge hinweg.

Teilnehmer konnten sich in der modernen Umgebung des XPOST – das denkmalgeschützte ehemalige Paketzentrum – über aktuelle Themen und Entwicklungen in der privaten sowie betrieblichen Vorsorge informieren. Das konnten die 311 Teilnehmenden an den Ständen der 21 Aussteller sowie während der 22 Workshops tun. Hier konnte man sich auf den neuesten Stand bringen, ins Gespräch kommen und frische Impulse für den Berateralltag sammeln.

Martin Gattung über die Absicherung des Risikos Langlebigkeit

Die Begrüßung im Plenum und die Moderation während des Tages übernahm in diesem Jahr erneut Oliver Dahmen, Head of Sales bei der bbg Betriebsberatungs GmbH. Als erstes Highlight stand die Keynote von Martin Gattung, Gründer und Geschäftsführer der Aeiforia GmbH, auf dem Programm. Gattung sprach über ein wichtiges Thema, das die Branche derzeit viel

beschäftigt: das „Risiko“ der Langlebigkeit. So sprach Gattung über die Selbstverständlichkeit, eine Immobilie über eine Wohngebäudeversicherung für den Fall eines „Totalschadens“ abzusichern, obwohl die Wahrscheinlichkeit, dass dieser Fall eintreten wird, nur sehr gering ist.

Die Wahrscheinlichkeit dagegen, dass eine aktuell 60-jährige Person 100 Jahre alt wird, sei viel höher, so Gattung. Trotzdem sorgen bei Weitem nicht alle Menschen privat oder betrieblich für das Alter vor. Gattung sprach darüber, wie wichtig Makler in diesem Fall sind: Sie können ihren Kunden helfen, einen adäquaten, individuellen Plan für ihre, wie Gattung sie nennt, „2. Freiheit“ zu machen.

Austausch, Information und Netzwerk im Vordergrund

Sechs halbstündige Vortragsreihen adressierten Themen wie betriebliche Alters- und Krankenversicherung, Gesellschafter-Geschäftsführer-Versorgung, Einkommenschutz, private Altersvorsorge und mehr. Die vielseitigen Schwerpunkte der Vorträge bedeuteten, dass jeder Fachbesucher sich genau über die Bereiche informieren konnte, die für seinen Berateralltag relevant sind.

Vor-Ort-Veranstaltungen bieten nicht nur die ideale Gelegenheit, sich mit Anbietern persönlich über neue Produkte und Trends auszutauschen. Während der eingeplanten Pausen hatten Teilnehmer zudem auch die Möglichkeit, sich mit Kollegen über die Themen zu unterhalten, die sie im Alltag bewegen, und ihr Netzwerk zu stärken.

Diskussionsrunde als Highlight zum Schluss

Im letzten offiziellen Programmpunkt diskutierten vier Branchenexperten unter der Leitung von Martin Gattung darüber, wie die Altersvorsorge zukunftsfest gemacht werden kann. Die Diskussionsteilnehmer waren Dr. Oliver Gaedeke, Geschäftsführer der Sirius Campus GmbH, Dr. Jutta Krienke, Geschäftsführerin der teckpro Software Solutions GmbH, Dr. Friedmann Lucius, Chefaktuar bei HEUBECK AG, und Klaus Morgenstern vom DIA DEUTSCHES INSTITUT FÜR ALTERSVORSORGE. Die Diskussion drehte sich darum, welche Reformen notwendig sind, um das Langlebkeitsrisiko abzusichern, und an welcher Stelle die passende Beratung dazu beitragen kann, die Einkommenslücke im Alter zu schließen.

Für ihre Teilnahme konnten sich Fachbesucher bis zu 3,5 Stunden Weiterbildungszeit sichern. Die Teilnahmezeit wurde an die Initiative „gut beraten“ weitergegeben und kann als Zertifikat im Personenprofil auf asscompact.de heruntergeladen werden. •



Neue Erlaubnispflicht für Kreditvermittler kommt

Ab dem 20.11.2026 wird die Vermittlung von Raten- und Verbraucherkrediten in Deutschland stärker reguliert. Der neue § 34k der Gewerbeordnung ersetzt die bisherige Regelung nach § 34c und führt eine eigenständige Erlaubnispflicht ein. Vermittler benötigen künftig einen Sachkundenachweis, der über eine neue IHK-Prüfung erbracht werden soll. Eine Anerkennung erfolgt nur für bereits geprüfte Vermittler nach § 34i GewO. Eine „Alte-Hasen-Regelung“ wie bei der Versicherungsvermittlung ist nicht vorgesehen.

Zusätzlich wird eine jährliche Weiterbildungspflicht von fünf Stunden eingeführt – sie gilt ausschließlich für Personen, die unmittelbar in der Beratung oder Vermittlung tätig sind. Vermittler müssen zudem in das DIHK-Register eingetragen werden. Der AfW erwartet eine hohe Zahl an Antragstellern und fordert ausreichende Kapazitäten zur Sicherstellung eines reibungslosen Übergangs.

Laut Gesetzentwurf wird das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz ermächtigt, per Verordnung weitere Details zu Sachkunde, Weiterbildung und Informationspflichten zu regeln. Dazu gehört auch die Offenlegung von Provisionen. Kritik gibt es an Ausnahmen für Absatzfinanzierer wie Auto- oder Möbeldhäuser, wenn sie als KMU gelten. Laut Bundesverband Finanzdienstleistung AfW gefährdet dies einheitliche Wettbewerbsbedingungen und den Verbraucherschutz.

Auch der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute äußert Bedenken. Präsident Michael H. Heinz warnt vor steigendem bürokratischem Aufwand für Vermittler durch Registerpflicht und Sachkundeprüfung. Beide Verbände sehen im Gesetzgebungsverfahren noch Anpassungsbedarf. (AC)



Beratungsverzicht: Gericht verlangt deutlichen Hinweis

Das Landgericht München I hat der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg im Verfahren gegen die ADAC Versicherung AG recht gegeben. Der Versicherer hatte eine Unfallversicherung per Werbeschreiben ohne persönliche Beratung angeboten und dabei den gesetzlich vorgeschriebenen Hinweis auf einen Beratungsverzicht nicht korrekt umgesetzt. Die Information war nur als Kasten im Fließtext dargestellt, ohne gesonderte Erklärung oder Unterschrift durch den Kunden. Das Gericht bewertete dies als unzulässig. Der Beratungsverzicht müsse ausdrücklich und nachvollziehbar erklärt werden. (AC)

LG MÜNCHEN I, URTEIL VOM 25.04.2025 – AZ.3 HK O 9060/24

Kasko: 130%-Regelung auch bei fehlerhaftem Gutachten

Ein Unfallgeschädigter darf die tatsächlichen Reparaturkosten verlangen, wenn sie die 130%-Grenze des Wiederbeschaffungswerts nicht überschreiten – auch bei einem fehlerhaften Erstgutachten. Das entschied das Saarländische Oberlandesgericht. Im konkreten Fall hatte ein Gutachten unfallfremde Vorschäden einbezogen. Dennoch wurden Reparaturkosten in Höhe von 3.399,13 Euro bei einem gerichtlich bestätigten Wiederbeschaffungswert von 3.000 Euro anerkannt. Die Klägerin konnte die Unfallbedingtheit der Reparatur belegen und nutzte das Fahrzeug weiter. Die 130%-Regel blieb damit anwendbar. Die Sachverständigenkosten wurden jedoch nur anteilig ersetzt, da das fehlerhafte Gutachten teilweise unbrauchbar war. (AC)

OLG SAARBRÜCKEN, URTEIL VOM 05.06.2025 – AZ: 3 U 68/24

BaFin will Verbraucherschutz bei Finanzprodukten stärken

Die BaFin hat ihre strategischen Ziele für 2026 bis 2029 vorgestellt. Relevant für die Vermittlerbranche ist dabei Ziel Nr. 5: Die Finanzaufsicht will Transparenz und Kundennutzen bei Finanzprodukten stärken und kollektive Verbraucherinteressen schützen. Grundlage dafür sind Marktanalysen, die Risiken und Fehlentwicklungen frühzeitig erkennen sollen – insbesondere bei digitalen Produkten und unter Einfluss sozialer Medien. Finanzprodukte sollen daher verstärkt auf Irreführung und fehlenden Kundennutzen geprüft werden. Zudem will die BaFin intensiver gegen unseriöse Anbieter und unerlaubte Geschäfte vorgehen. Ein weiteres Ziel ist die bessere finanzielle Aufklärung der Bevölkerung, etwa zu Umweltrisiken wie Naturkatastrophen. Auch das Beschwerdemanagement gegenüber Finanzdienstleistern soll verbessert werden. (AC)

Neue Regeln des Widerrufsrechts bei Versicherungen?

Der Widerruf von Versicherungs- und Finanzdienstleistungsverträgen soll künftig zeitlich begrenzt werden. Ein Gesetzentwurf des Bundesjustizministeriums sieht vor, dass Finanzverträge nur noch bis maximal zwölf Monate und 14 Tage nach Abschluss widerrufen werden können – bei Lebensversicherungen gilt eine Frist von 24 Monaten und 30 Tagen. Zudem sollen Online-Widerrufe durch einen gut sichtbaren Button erleichtert werden. Die Neuregelung setzt EU-Vorgaben um und soll bis 19.12.2025 in nationales Recht überführt werden. Hintergrund ist die bisherige Möglichkeit des sog. „ewigen Widerrufsrechts“, das häufig zu unbilligen Ergebnissen führte, etwa wenn ein Belehrungsfehler völlig nebensächlich war. Der Versichererverband GDV hatte bereits im Vorfeld eine zeitliche Begrenzung gefordert. (AC)

Assekuradeur darf sich nicht Versicherung nennen

Ein Assekuradeur darf sich nicht als „Versicherung“ bezeichnen. Das hat das Landgericht München I entschieden. Das Unternehmen hatte in seinem Internetauftritt wiederholt den Eindruck erweckt, selbst Versicherer zu sein – unter anderem durch ein Logo mit dem Begriff „insurance“ und durch Formulierungen im FAQ-Bereich. Die Wettbewerbszentrale sah darin eine Irreführung und einen Verstoß gegen den versicherungsaufsichtsrechtlichen Bezeichnungsschutz.

Das Gericht folgte dieser Einschätzung. Es bestehe die Gefahr, dass Verbraucher ein Versicherungsunternehmen hinter dem Anbieter vermuten. Der Hinweis auf die tatsächliche Vermittlereigenschaft in den Erstinformationen reiche nicht aus, um die Irreführung zu beseitigen – insbesondere wenn er nur im unteren Bereich der Website zu finden sei.

Die Unternehmensbezeichnung selbst („insurance services“) beanstandete das Gericht hingegen nicht. Sie stelle ausreichend klar, dass es sich um Dienstleistungen im Zusammenhang mit Versicherungsprodukten handelt.

Laut Wettbewerbszentrale laufen derzeit weitere Verfahren gegen Vermittler mit ähnlicher Werbung. In vier Fällen kam es bereits zu Unterlassungserklärungen. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. (AC)

LG MÜNCHEN I, URTEIL VOM 18.06.2025, AZ. 37 O 13498/24



Der Hinweis auf die tatsächliche Vermittlereigenschaft in den Erstinformationen reiche nicht aus, um die Irreführung zu beseitigen, so das LG München I.



Die EU-Kleinanlegerstrategie nimmt neue Fahrt auf

Die EU-Kleinanlegerstrategie (RIS) steht erneut im Fokus der Diskussion. Nach einem Stillstand zu Jahresbeginn geht das Vorhaben unter dänischem Ratsvorsitz in die nächste Runde – mit ungewissem Ausgang. Im Zentrum sollen nun Vereinfachungen, praxisnahe Umsetzung und der Schutz der Interessen von Kleinanlegern und Vermittlern stehen, meint der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute.

Nachdem es Anfang des Jahres zu einem zeitweisen Stillstand um die Weiterentwicklung der EU-Kleinanlegerstrategie (RIS) gekommen war, nimmt das Rechtsvorhaben nunmehr neue Fahrt auf. Die Frage bleibt: Mit welchem Ergebnis?

Was ist überhaupt passiert? Nach dem Beginn der Trilogverhandlungen zur EU-Kleinanlegerstrategie im März 2025 erhielt die EU-Kommission den Auftrag, den bisherigen Entwurf im Hinblick auf eine bessere Praktikabilität zu überarbeiten. Die Europäische Kommission unterbreitete in einem sogenannten „Non-Paper“, einem informellen Diskussionspapier ohne rechtliche Bindung, Vorschläge zur Vereinfachung der vorvertraglichen Informationen, zur Streichung von ESG-Angaben in den Basisinformationsblättern sowie zur Zusammenführung von Eignungsprüfung und Best-Interest-Test. Alles Themen,

die die Vermittler in Deutschland betreffen würden.

Darüber hinaus sollten auch sogenannte Peer-Gruppen-Vergleiche, d. h. Expertengruppenvergleiche, und sogenannte Bench-Mark-Modelle für unterschiedliche Produktkategorien, d. h. Vergleichsmaßstäbe für Produktgruppen, eingeführt werden, um eine höhere Kosteneffizienz und damit ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis zu erreichen.

Auch eine Überarbeitung des umstrittenen Inducement-Test, auch Anreiztest genannt, wurde angeregt. Mit diesem Entwurf waren einige Mitgliedstaaten, allen voran Frankreich und Tschechien, nicht einverstanden und fordern ihrerseits im „Non-Paper“ deutlich weitergehende Deregulierungen. So wurden auch von diesen Ländern entsprechende Papiere eingebracht, wonach sogenannte Best-Interest-Prüfungen sowie der Inducement-Test entweder

ganz abgeschafft oder zumindest erheblich begrenzt werden sollten. Auch Ideen dahingehend, Regelungen, die auf dem zweiten Regulierungslevel eingeführt werden sollten, d. h. konkretisierende Durchführungsbestimmungen, mit erheblichem Einfluss auf den Beratungsalltag, sollten reduziert werden.

Neustart unter dänischem Vorsitz

Im Mai befasste sich dann eine Verhandlungsgruppe des Europäischen Parlamentes mit diesen neuen Papieren, gefolgt vom Europäischen Rat. Während des Ratsvorsitzes Polens folgten keine weiteren Entscheidungen in dieser Hinsicht. Das soll sich nunmehr ändern. Der dänische Ratsvorsitz seit dem 01.07.2025 hat die Kleinanlegerstrategie auf die Prioritätenliste gesetzt. Damit einhergehend sind bereits Termine für Juli als Fortgang der Trilogverhandlungen

anberaunt. Grund für diese Verzögerung und die Neuaufnahme der Gespräche war und ist sicherlich auch die Frage, inwieweit die ursprüngliche Kapitalmarktunion, wie sie schon seit zehn Jahren von der Europäischen Union vorangetrieben wird und nunmehr in eine Spar- und Investmentunion verlagert werden soll, Einfluss nehmen wird. Diese geänderte Sichtweise der Europäischen Union wird auch die Kleinanlegerstrategie betreffen. So sollte auch die Kleinanlegerstrategie ursprünglich dazu dienen, Menschen zum Investieren an den Kapitalmärkten zu ermutigen, indem Vertrauen gestärkt und Hürden abgebaut werden.

Einigung offen, Rückzug nicht ausgeschlossen

Rückblickend hat die Kleinanlegerstrategie bereits eine lange Geschichte. 2022 hatte die EU-Kommission einen Regulierungsvorschlag zur Stärkung des Anlegerschutzes und zur Förderung der Investition im Altersvorsorgebereich vorgelegt. Im Mai 2023 veröffentlichte sie die Details ihres Entwurfes für die RIS. Wegen der Wahl eines neuen EU-Parlamentes im Juni 2024 verzögerte sich der weitere Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens, und schließlich starteten die obligatorischen Trilogverhandlungen zwischen dem Europäischen Rat, dem Parlament und der Kommission am 18.03.2025.

Es folgten Diskussionen über mögliche Vereinfachungen, die im Übrigen nicht nur die Kleinanlegerstrategie, sondern alle anstehenden Regulierungsvorhaben beeinflussen sollten.

Die Europäische Kommission konstatierte, dass sie weiterhin von dem Grundgedanken der RIS überzeugt sei, bei einer mangelnden Einigung jedoch auch bereit wäre, die RIS gänzlich zurückzunehmen. Damit wären die Themen jedoch nicht vom Tisch, sondern nur verlagert. Zum Beispiel auf die Überarbeitung der IDD, die 2026 ansteht.

Kleinanlegerstrategie auf dem Prüfstand

Jetzt gilt es aber, die verschiedenen Positionen zusammenzuführen.

Der aktuelle Verlauf der Debatte wird daher mit Spannung erwartet. Vordringlich sollten weiterhin die Interessen der Kleinanlegerinnen und Kleinanleger in Europa und ihrer qualifizierten Berater im Blick gehalten werden. Die Kleinanlegerstrategie darf nicht zum Selbstzweck werden, sondern sollte den ursprünglichen Gedanken, bei Verbrauchern das Vertrauen in die Investmentwelt zu stärken, fördern. Die Formulierungen dürfen nicht zu kompliziert sein, nicht zu unklar, und eine praxisnahe Umsetzung muss garantiert sein. Anderenfalls droht die Kleinanlegerstrategie in ihrer praktischen Umsetzung zu scheitern.

Aber auch für die Versicherungsvermittler in Deutschland, deren Interessen der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK) national und international vertritt, ist der Ausgang des Entscheidungsprozesses um die Kleinanlegerstrategie von entscheidender Bedeutung.

So hat der BVK in seinem stetigen Bemühen um die Stärkung der Positionen seiner Mitglieder und durch seine gute Vernetzung in Brüssel bisher Schlimmeres verhindern können, allem voran das zeitweilig in der Diskussion befindliche Provisionsverbot für Versicherungsmakler. Durch viele Stellungnahmen und Gespräche mit den entscheidenden Gremien, insbesondere mit dem Ausschuss für Wirtschaft und Währung (ECON) und dessen Mitglied, dem Europa-Abgeordneten Dr. Markus Ferber, hat der BVK seine Positionen in den Prozess einbringen können. •

Die Kleinanlegerstrategie darf nicht zum Selbstzweck werden, sondern sollte den ursprünglichen Gedanken, bei Verbrauchern das Vertrauen in die Investmentwelt zu stärken, fördern.

Anja C. Kahlscheuer

Geschäftsführerin und
Rechtsanwältin beim
Bundesverband Deutscher
Versicherungskaufleute e. V.



Der „Untervermittler“ im deutschen Versicherungsmarkt

Seit einigen Jahren lässt sich in vielen europäischen Märkten ein ähnlicher Trend beobachten: Während das Wachstum der Zahl der Vertreter und Versicherungsmakler moderat bleibt oder sogar sinkt, scheint das Modell eines sogenannten Untervermittlers beider Berufsgruppen neue Kandidaten anzuziehen. Welche Rechtsposition nimmt also der Untervermittler im deutschen Markt ein?

Auch wenn das Vermittlerrecht in Deutschland die Begriffe „Ober- oder Untervermittler“ nicht kennt, ist es durchaus gängig, dass Versicherungsmakler mit sogenannten Untervermittlern zusammenarbeiten. Im Innenverhältnis ist der Untervermittler dann häufig ein Handelsvertreter gemäß §§ 84 ff. Handelsgesetzbuch (HGB). Im Außenverhältnis tritt er jedoch als Versicherungsmakler auf. Denn er agiert im Namen und im Auftrag des Versicherungsmaklers.

In der Praxis bedeutet dies, dass sowohl der Maklervertrag als auch die Erstinformation auf den Versicherungsmakler lauten. Demzufolge werden die vermittelten Versicherungsverträge auch dem Bestand des Versicherungsmaklers zugeordnet.

Klare Regeln für die Zusammenarbeit

Die Rechte und Pflichten des Untervermittlers und des Versicherungsmaklers werden in einem Untervermittlervertrag definiert. Dieser regelt beispielsweise den Umfang der Tätigkeit (Vermittlung, Verwaltung und Betreuung) und der vermittelbaren Produkte, die Courtage/Provisionen und Stornoreserve, Abrechnungsmodus, Krankheitsfall, Aus- und Weiterbildung, geschäftliche Richtlinien und Arbeitsanwei-

sungen, Datenschutz, Vollmachten, Beratungs-, Dokumentations- und Informationspflichten, Dauer und Beendigung des Vertragsverhältnisses und dessen Folgen, Verschwiegenheit, Gerichtsstand und sonstige Bestimmungen.

Ein wichtiges Thema ist ebenfalls die Vermeidung einer Sozialversicherungspflicht. Hierzu ist eine Arbeitsteilung im Vermittlungsprozess erforderlich. Untervermittler und Versicherungsmakler müssen also definieren, wer welche Bestandteile der Versicherungsvermittlung übernimmt.

Pflicht zur eigenen VSH

Auch der Untervermittler muss eine eigene Vermögensschadenhaftpflichtversicherung (VSH) als Versicherungsmakler unterhalten. Das Innenverhältnis (Vertreter des Maklers) interessiert dabei die Erlaubnisbehörde nicht. Diese kennt den Begriff Vertreter nur als Ausschließlichkeitsvertreter gemäß § 34d Abs. 7 Gewerbeordnung (GewO) oder als Mehrfachvertreter gemäß § 34d Abs. 1 GewO. In aller Regel bieten die VSH-Versicherer spezielle Tarife für Untervermittler an, die deutlich günstiger sind als die des Versicherungsmaklers. Einige machen es dabei zur Bedingung, dass beide Parteien beim selben Versicherer versich-

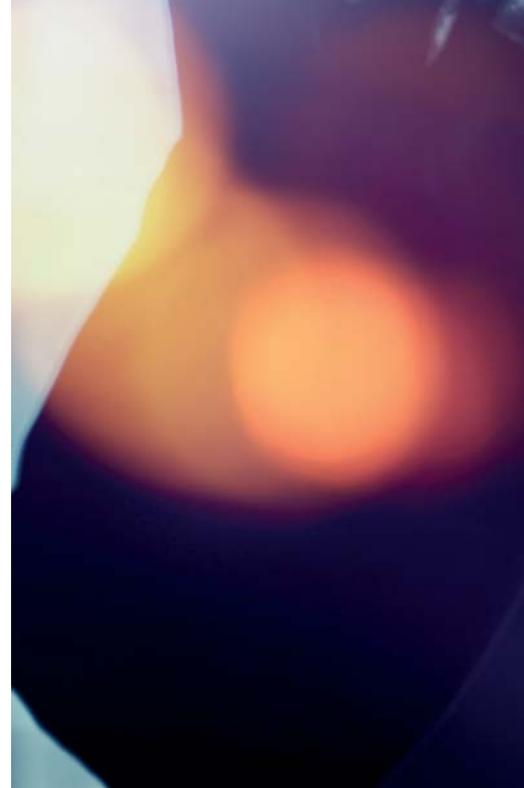
chert sind, andere versichern auch jeden der beiden einzeln.

Persönliche Haftung bei Untervermittlern von Vertretern

Natürlich können nicht nur Versicherungsmakler, sondern auch Versicherungsvertreter mit Untervermittlern zusammenarbeiten. Nach unserer Erfahrung ist jedoch die Zusammenarbeit von Untervermittlern und Versicherungsmaklern weiter verbreitet auf dem deutschen Versicherungsmarkt.

Daher ist es ein wenig erstaunlich, dass der Bundesgerichtshof (BGH) sich bislang nur mit einem Fall diesbezüglich beschäftigt hat, bei dem es um einen Untervermittler eines Vertreters ging: Der BGH hat in seinem Urteil vom 13.11.2014 (Az.: III ZR 544/13) unmissverständlich klargestellt, dass auch der Untervermittler des Versicherungsvertreterunternehmens persönlich für eigene Falschberatungen haftet. Das Beratungsverschulden wurde darin erkannt, dass nicht über die Nachteile einer Kündigung bestehender Lebensversicherungsverträge im Zusammenhang mit dem Abschluss neuer Versicherungsverträge aufgeklärt wurde.

Die dort Beklagten waren als selbstständige Versicherungsvertreter als Untervermittler für ein Unter-





nehmen tätig, das selbst am Markt als Versicherungsvertreter auftritt. Der BGH hat bestätigt, dass zwar deren Beratungsfehler auch der Versicherungsvermittlungsgesellschaft zuzurechnen sind. Daneben besteht aber eine persönliche Haftung des Untervermittlers.

Die persönliche Haftung von Untervermittlern, die für Versicherungsvertreter agieren, ergibt sich ausdrücklich aus dem Wortlaut des Gesetzes, § 59 Abs. 2 Versicherungsvertragsgesetz (VVG). Versicherungsvertreter ist demnach auch derjenige, der nicht vom Versicherer selbst, sondern von einem anderen Versicherungsvertreter als Untervertreter damit betraut ist, gewerblich Versicherungsverträge zu vermitteln oder abzuschließen.

Haftungsfrage bei Kooperation mit Maklern offen

Es ist umstritten, ob bei Versicherungsmaklerunternehmen mit Untervermittlern ebenfalls die persönliche Haftung der Untervermittler begründet wird. Für den Untervertreter eines Versicherungsmaklers fehlt es an einer ausdrücklichen Regelung im Gesetz. In der Gesetzesbegründung in der BT-Drucksache 16/1935 heißt es zum Untervermittler des Versicherungsmaklers (§ 42a Abs. 3 VVG a. F./§ 59 Abs. 3 VVG

2008): „Auch der Handelsvertreter eines Versicherungsmaklers ist damit Versicherungsmakler im Verhältnis zum Kunden.“

Der Gesetzgeber sah damit eine Klarstellung der Haftung von Untervermittlern von Versicherungsmaklern wohl nicht als notwendig an, da diese ebenfalls als Versicherungsmakler anzusehen sind und somit wohl auch persönlich haften. Die Frage der persönlichen Haftung ist in diesem Zusammenhang jedoch noch nicht höchstrichterlich abschließend geklärt, aber sehr wahrscheinlich. •

Es ist umstritten, ob bei Versicherungsmaklerunternehmen mit Untervermittlern ebenfalls die persönliche Haftung der Untervermittler begründet wird.

Christian Henseler

Geschäftsführer CGPA Europe
Underwriting GmbH



„Wir fordern eine klare gesetzliche Definition des unabhängigen Versicherungsmaklers“

INTERVIEW MIT NADINE ROMMING, VERSICHERUNGSMAKLERIN UND VORSTANDSMITGLIED BEI DER INTERESSENGEMEINSCHAFT DEUTSCHER VERSICHERUNGSMAKLER E. V. (IGVM)

Der Interessenverband IGVM ist angesichts der Entwicklungen bei der Abmahnwelle von Maklerhäusern durch den Bundesverband Verbraucherzentrale besorgt. Aktuell unterstützt der Verband ein Mitglied im Rechtsstreit. Die IGVM fordert daher eine klarere gesetzliche Definition des Versicherungsmaklers.



Die Art der Vergütung darf nicht als Kriterium für die Unabhängigkeit gelten, stellt Nadine Romming klar.

Frau Romming, die IGVM positioniert sich als Sprachrohr unabhängiger Makler. Wie definieren Sie „Unabhängigkeit“ in der heutigen Praxis – und wo sehen Sie selbst die größten Zielkonflikte für Ihre Mitglieder?

Unabhängigkeit bedeutet für uns, dass der Makler ausschließlich im Sinne des Kunden handeln kann – frei von Vorgaben oder Verkaufszielen der Versicherer, wie sie etwa im Ausschließlichkeitsvertrieb üblich sind. Dieses Prinzip der Kundenorientierung ist für uns zentral.

In der Praxis wird diese Unabhängigkeit vor allem durch den Bundesverband der Verbraucherzentralen infrage gestellt, etwa mit dem Hinweis auf unterschiedliche Provisionsätze. Doch das greift zu kurz: Der Kunde hat heute die Wahl, ob er seine Versicherung klassisch über Provision oder transparent über ein Honorar vermitteln lassen möchte.

Beide Modelle haben ihre Berechtigung – und ihre Grenzen. Bei kleinen Sachversicherungen kann ein Honorar im Verhältnis teuer werden. Außerdem bieten nicht alle Versicherer provisionsfreie Tarife an. Das würde die Produktauswahl einschränken. Dennoch bleibt entscheidend: Der Makler ist unabhängig in seiner Empfehlung – und das bedeutet, dass die Interessen des Kunden immer im Mittelpunkt stehen.

Verbraucherschützer zerren gegenwärtig Versicherungsmakler vor Gericht. Der Vorwurf:

Maklerhäuser werben zu Unrecht mit dem Begriff Unabhängigkeit. Was nehmen Sie im Markt bzw. unter den IGVM-Mitgliedern wahr? Kennen Sie Fälle, in denen das der Fall ist?

Wir sehen die aktuelle Entwicklung mit Sorge – und auch mit Klarheit. Es gibt zweifellos Marktteilnehmer, die den Begriff „unabhängig“ in ihrer Außendarstellung verwenden, obwohl sie es strukturell nicht sind. In solchen Fällen ist Kritik berechtigt.

Ein Versicherungsmakler hingegen ist verpflichtet, seine Empfehlungen allein am Bedarf des Kunden auszurichten – unabhängig davon, ob und in welcher Höhe eine Provision gezahlt wird. Gerade weil diese Unabhängigkeit eine zentrale Pflicht des Maklers darstellt, ergibt sich daraus zugleich das berechnete Recht, genau diesen Aspekt als Qualitätsmerkmal in der Kommunikation nach außen hervorzuheben. Daher sehen wir auch viele Abmahnungen mit Sorge, denn genau dieses Recht wird damit beschnitten. Diese Vorgehensweise betrifft auch eines unserer Mitglieder.

Sie kritisierten neulich, dass die aktive Rolle der IGVM nicht ausreichend gewürdigt wird. Wie genau sieht Ihr Engagement im konkreten Fall gegen die Abmahnung der Verbraucherzentrale aus?

Wir haben unter den IGVM-Mitgliedern ein Unternehmen, das in erster Instanz gegen den Bundesverband der Verbraucherzentralen gewonnen hat. Hiergegen ist

dieser nun in Revision gegangen. Daher haben wir eine Kostenzusage für den Rechtsstreit erteilt – als klares Signal: Wer für Unabhängigkeit steht, steht bei uns nicht allein.

Darüber hinaus führen wir Gespräche mit juristischen Experten und stellen Stellungnahmen zur Verfügung. Unsere Rechtsauffassung zur Zulässigkeit des Begriffs „unabhängig“ für echte Versicherungsmakler ist klar begründet: Dass ein Makler für seine Vermittlung in der Regel eine Provision von der Versicherungsgesellschaft erhält – die Bestandteil der Versicherungsprämie ist –, beeinträchtigt seine gesetzlich verankerte Unabhängigkeit nicht. Er ist ausdrücklich verpflichtet, im ausschließlichen Interesse des Kunden zu handeln, und darf sich dabei nicht von etwaigen Provisionsinteressen leiten lassen. Wer das Gegenteil unterstellt, setzt automatisch ein rechtswidriges Verhalten des Maklers voraus.

Und welche Signalwirkung erhoffen Sie sich davon für den Markt?

Wir wollen zeigen: Unabhängigkeit ist kein bloßes Marketingversprechen, sondern gelebte Haltung. Und wer sich wirklich im Sinne des Kunden positioniert, hat mit uns einen starken Verband an seiner Seite. Unsere Signalwirkung richtet sich sowohl an den Gesetzgeber als auch an Mitbewerber: Entweder man lebt Unabhängigkeit – oder man spricht nicht davon.

Die Unabhängigkeit von Maklern wird immer wieder infrage gestellt. Welche konkreten Maßnahmen fordern Sie von der Branche und dem Gesetzgeber, um diese Unabhängigkeit nachhaltig zu sichern?

Wir fordern:

- eine klare gesetzliche Definition des unabhängigen Versicherungsmaklers. Unserer Auffassung nach sollte § 59 Versicherungsvertragsgesetz geschärft werden. Darin muss ausdrücklich festgeschrieben werden, dass ein Versicherungsmakler ausschließlich im Interesse des Kunden handelt und dabei weder an Weisungen noch an wirtschaftliche Interessen von Versicherern gebunden sein darf. Zudem sollte klargestellt werden, dass die Annahme einer Provision die Unabhängigkeit des Maklers nicht infrage stellt, solange seine Beratungspflichten uneingeschränkt erfüllt werden.
- eine reine Beratungstätigkeit des Versicherungsmaklers sollte analog dem Versicherungsberater für diesen auch möglich sein.
- die Möglichkeit, dass unabhängige Makler weiterhin mit diesem Begriff werben dürfen – sofern sie den Status auch rechtlich und wirtschaftlich erfüllen.

Zudem muss die Finanzierung von Verbraucherschutzorganisationen transparenter werden, wenn diese sich als Marktakteure mit Abmahncharakter betätigen. Denn zum einen wird hier eine Rechtsberatung ohne Vermittlung oder Haftung durchgeführt, zum anderen werden aber „Mitbewerber“ durch Steuermittel finanziert abgemahnt.

Sie fordern außerdem eine differenzierte Betrachtung der Rolle der Berufsverbände. Wie sehen Sie die Zusammenarbeit mit anderen Akteuren?

„Wir sehen die aktuelle Entwicklung mit Sorge – und auch mit Klarheit. Es gibt zweifellos Marktteilnehmer, die den Begriff ‚unabhängig‘ in ihrer Außendarstellung verwenden, obwohl sie es strukturell nicht sind.“

Wir sind jederzeit zur Zusammenarbeit z. B. mit Verbänden bereit – aber nicht um jeden Preis. Die IGVM unterscheidet sich klar von anderen Berufsverbänden, da wir:

- ausschließlich aktive Versicherungsmakler in Verband und Vorstand haben,
- keiner wirtschaftlichen Abhängigkeit unterliegen und
- Positionen vertreten, auch wenn sie unbequem sind.

Das gibt uns die Möglichkeit, auch Stellungen zu beziehen, ohne dass wir den Einfluss von Versicherern beachten müssen. Denn jedes unserer Mitglieder arbeitet im Auftrag seiner Kunden, und diese Interessen versuchen wir zu wahren.

Auch sind Verbraucherschutzverbände in gewissen Themen wichtig und deren Arbeit richtig. Handelt es sich aber um solche Abmahnwellen, die Rechte von Marktteilnehmern willkürlich einschränken, stößt das Verständnis an Grenzen.

Wie wollen Sie sicherstellen, dass die Interessen der Maklerschaft in medienöffentlichen Debatten künftig stärker vertreten sind?

Wir versuchen stets, unsere Medienpräsenz zu erweitern. Am Ende ist unsere Kernarbeit allerdings die, unseren Mitgliedern den Arbeitsalltag zu erleichtern und mit gegenseitigem Fachwissen ein Forum zu schaffen, das in dieser Form einzigartig am Markt ist.



Nachfolgeplanung: Die ehrlichen Kosten einer GmbH

Viele Rechtsanwälte, Steuerberater und Maklergenossenschaften raten ihren Mandanten und Mitgliedern zur (Um-)Gründung in eine GmbH – einerseits, um Risiken abzusichern, andererseits, um den späteren Verkauf zu vereinfachen. Doch kaum einer ahnt, welche Kosten tatsächlich neben den Gründungskosten anfallen. Keiner rechnet mit mehreren 10.000 oder gar mehreren 100.000 Euro! Doch genau die Kosten kommen auf einen Großteil der GmbH-Inhaber zu.

Woher kommt der Unterschied?

Der Unterschied liegt zunächst in den unterschiedlich hohen Nebenkosten, die sich aus formalen Anforderungen ergeben. In der Regel summieren sich diese Positionen auf mindestens 2.000 Euro pro Jahr. Das hört sich wenig an, summiert sich aber dann doch im Laufe

der Zeit auf ansehnliche Summen. Dazu kommen drei weitere Punkte: Erträge werden unterschiedlich besteuert, ebenso die Verkaufserlöse beim Unternehmens- oder Bestandsverkauf. Zudem erzielen Unternehmen andere Kaufpreise als Maklerbestände von Einzelunternehmen.

So zahlt ein Einzelunternehmen üblicherweise nur Einkommensteuer. Die Gewerbesteuer wird – zumindest in wesentlichen Teilen – auf die Einkommensteuer angerechnet und fällt damit gar nicht so sehr ins Gewicht. Bei der GmbH ist das anders: Im Grunde unterliegt das Geschäftsführergehalt der Einkommensteuer und jeder darüber hinausgehende Gewinn der Körperschaftsteuer und der Gewerbesteuer. Dazu kommt die Abgeltungssteuer bei Ausschüttung.

Rechenbeispiel verdeutlicht Vorteile

Vergleichen wir einfach zwei Gewerbe-Mustermakler mit exakt demselben Geschäftsmodell, einmal als GmbH und einmal als Einzelunternehmen. Würde der Makler als GmbH mit 250.000 Euro Umsatz einen Überschuss von 125.000 Euro erzielen, würde der Einzelunternehmer 127.000 Euro erzielen. Zahlt die GmbH den Überschuss von 125.000 Euro einerseits als Gehalt von 60.000 Euro aus und schüttet die restlichen 65.000 Euro als Kapitalertrag aus, würde beim Einzelunternehmer Einkommensteuer in Höhe von ca. 47.000 Euro anfallen. Bei der GmbH fielen 19.400 Euro Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer sowie 12.030 Euro Abgeltungssteuer auf den ausgeschütteten Gewinn an, auf das Gehalt 17.880 Euro Einkom-

mensteuer. Somit bleiben dem Einzelunternehmer ca. 80.000 Euro, während der GmbH-Inhaber 4.000 Euro weniger zur Verfügung hätte. Auf 20 Jahre sind das immerhin 80.000 Euro! Steuerfrei!

Noch deutlicher wird der Unterschied beim späteren Verkauf des Unternehmens. Aktuell erzielt ein Privatkunden-Sachbestand locker das 3,5-Fache der Courtage. In unserem Fall also ca. 875.000 Euro. Nach Abzug der Einkommensteuer, die hier mit dem ermäßigten Steuersatz nach § 34 Einkommensteuergesetz (ca. 28%) ermittelt würde, bliebe ein Nettoerlös von 630.000 Euro.

Selbst wenn der Verkäufer für die GmbH das Achtfache des Ergebnisses vor Steuern erhalten würde, also das Achtfache von 65.000 Euro als Kaufpreis erzielen würde, wären das in diesem Fall nur 520.000 Euro. Die schrumpfen nach Abzug der Einkommensteuer über das Teileinkünfteverfahren in unserem Beispiel auf 406.000 Euro.

Diese Punkte zusammengerechnet zeigen beim Einzelunternehmer einen Vorteil von über 300.000 Euro – nach Steuern! Das sind die wahren Kosten in diesem Beispiel!

Ich bin mir nicht sicher, ob nicht der eine oder andere Leser dieser Kolumne gerade überlegt, seinem Anwalt einen nur noch ansatzweise freundlichen Brief zu schicken, um sich für den „tollen“ Rat zu bedanken, eine GmbH zu wählen. •

Andreas Grimm

Andreas Grimm ist Gründer des Resultate Institut und beleuchtet an dieser Stelle regelmäßig Aspekte zur Nachfolgeplanung.

Gemeinsam mit AssCompact hat er den Bestandsmarktplatz initiiert.

bestandsmarktplatz.de





AssCompact

STELLENMARKT

14.07.2025

**VERTRIEBSASSISTENZ (W/M/D)
FÜR ERNEUERBARE ENERGIETECHNOLOGIEN**

Enser Versicherungskontor GmbH
Ense

09.07.2025

BILANZANALYST (M/W/D)

Württembergische Versicherung AG
Kornwestheim

07.07.2025

**KUNDENBETREUER (W/M/D) FÜR INDUSTRIELLE UND
GEWERBLICHE VERSICHERUNGEN**

Enser Versicherungskontor GmbH
Ense



**QR-Code einscannen
und sofort aktuelle Stellen finden!**
www.asscompact.de/stellenmarkt

Verlag & Herausgeber:

bbg Betriebsberatungs GmbH
Postfach 10 02 52
95402 Bayreuth

Tel.0921 757580
Fax0921 7575820
E-Mailinfo@bbg-gruppe.de, info@asscompact.de
Webbbg-gruppe.de, asscompact.de

Geschäftsführung:

Dr. Lisa Knörrer, Tobias Knörrer

Chefredaktion:

Dr. Alexander Ströhl

Redaktion:

Lisa Geldermann, Michael Kind, Tina Kirchner,
Gerlinde Nowak, Jennifer Schebella

Anzeigenleitung:

Sven Jeron

Graphik:

Florian Greißinger, Pamela Meier



Mediadaten:

asscompact.de

Pressemittelungen an:

redaktion@asscompact.de

Kostenpflichtiger Bezug: Heftpreis 3,80 € zzgl. MwSt.

Schlusskorrektorat:

Lektorat correctus
Bernd Gössel
Wilhelm-Spaeth-Straße 40
90461 Nürnberg

Tel.0911 5209560
Fax0911 5209561
E-Mailinfo@correctus.de

Druck & Verarbeitung:

westermann DRUCK | pva
Georg-Westermann-Allee 66
38104 Braunschweig

Tel. 0531 708501
Fax 0531 708599
E-Mail westermann_druck@westermann.de

Bilder: stock.adobe.com

Ausgabe

08/2025

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

Sascha Bassir

Baloise Lebensversicherung AG Deutschland
baloise.de kunde@baloise.de

Ralf Berndt

Stuttgarter Versicherung AG
stuttgarter.de info@stuttgarter.de

Jesko Kannenberg

Stuttgarter Versicherung AG
stuttgarter.de info@stuttgarter.de

Gregor Morin

zeb.rolfes.schierenbeck.associates GmbH
zeb-consulting.com muenster@zeb.de

Fabienne Pittner

zeb.rolfes.schierenbeck.associates GmbH
zeb-consulting.com muenster@zeb.de

Payam Rezvanian

Finanzchef24 GmbH
finanzchef24.de info@finanzchef24.de

**SONDERTHEMA
FIRMENVERSICHERUNG**

Thomas Billerbeck

Bundesverband Deutscher
Versicherungsmakler e.V. (BDVM)
bdvm.de bdvm@bdvm.de

Gesine Froese

Beazley Solutions International Ltd
beazley.com munich.office@beazley.com

Dr. Klaus Möller

DEFINO Institut für Finanznorm AG
defino.de info@defino.de

Franziska Reuter

SV CUBE GmbH
sv-cube.de f.reuter@sv-cube.de

Dr. Alexander Skorna

Funk Gruppe GmbH
funk-gruppe.de welcome@funk-gruppe.de

Dr. Manuela Wolf

Versicherungsforen Leipzig GmbH
versicherungsforen.net kontakt@
versicherungsforen.net

INVESTMENT

Stefan Schmitt

Innovative Investment Solutions GmbH
inno-invest.de hallo@inno-invest.de

IMMOBILIEN

Sandro Pawils

Carestone Group GmbH
carestone.com info@carestone.com

**SONDERTHEMA
SCHADENREGULIERUNG**

Burkhard Brämer

bauass Versicherungsmakler GmbH + Co. KG
bauass.com info@bauass.com

Konrad Hahn

gvp Gesellschaft für Versicherungsprüfung mbH
g-vp.de info@g-vp.de

Daniel Kums

3C Deutschland GmbH
3c-d.de info@3c-d.de

Stephan Michaelis

Kanzlei Michaelis Rechtsanwälte
kanzlei-michaelis.de info@kanzlei-michaelis.de

Michael Richthammer

RICHTHAMMER Versicherungsmakler GmbH & Co. KG
richthammer.de info@richthammer.de

Julia Wiens

Bundesanstalt für
Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin)
bafin.de poststelle@bafin.de

MANAGEMENT & VERTRIEB

Dr. Stefan G. Adams

Dr. Adams GmbH & Co. KG
dradams.de frankfurt@dradams.de

Cornelia Frankenberg

ILMFINANZ | Cornelia Frankenberg e. K.
ilmfinanz.de cornelia.frankenberg@
ilmfinanz.de

Daniela Nyarko

Canva Pty Ltd
canva.com copyright@canva.com

Steffen Ritter

Institut Ritter GmbH
institutritter.de steffen.ritter@institutritter.de

Ralph Rockel

MRH Trowe GmbH
mrh-trowe.com info@mrh-trowe.com

Hans-Ludger Sandkühler

sandkuehler24.de mail@sandkuehler24.de

Andreas Stollenwerk

msg for banking ag
msgforbanking.de info-banking@msg.group

Andreas Wollermann

GENfluenZer®
andreas-wollermann.de kontakt@
andreas-wollermann.de

STEUERN & RECHT

Andreas W. Grimm

Resultate Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH
resultate-institut.de andreas.grimm@
resultate-institut.de

Christian Henseler

CGPA Europe Underwriting GmbH
cgpa-europe.com info@vermittlerdeckung.de

Anja C. Kahlscheuer

Bundesverband Deutscher
Versicherungskaufleute e. V. (BVK)
bvk.de bvk@bvk.de

Nadine Romming

INTERESSENGEMEINSCHAFT DEUTSCHER
VERSICHERUNGSMAKLER (IGVM) e. V.
igvm.de kontakt@igvm.de

**bAV: weil's
funktioniert.**

Betriebliche Altersversorgung

Einfach genau richtig für Unternehmen und Mitarbeiter.

Zeigen Sie Ihren Kunden wie die bAV einfach und genau richtig funktioniert. Die Stuttgarter unterstützt Sie – mit starken Vorsorge- und Service-Lösungen, erfahrenen Experten und festen, persönlichen Ansprechpartnern.



Die Stuttgarter
Der Vorsorge-Versicherer



Vertriebsaktion: bAV? Einfach gemacht!

Holen Sie sich Vertriebsunterstützung zum
Download: [bAV-einfach-machen.stuttgarter.de](https://bav-einfach-machen.stuttgarter.de)



VORSORGEPRODUKT
DES JAHRES
2025

BÖRSE
ONLINE
euro
Sonntag
euro

DEUTSCHER
FONDS
POLICEN
AWARD 2025

EXPERTEN
FAVORIT
★★★★★

WWK
Lebensversicherung a. G.

ffex | AssCompact



WWK Premium FörderRente *protect* MIT RIESTER DEN ERFOLGSWEG EINSCHLAGEN.

Lukrativ für Kunden und Vermittler dank gestiegenem Rechnungszins

- Sicherheit und Renditechancen durch iCPPI-Wertsicherungssystem
- Hervorragende und kostengünstige Anlagemöglichkeiten
- Attraktive staatliche Förderungen aus Zulagen und möglichen Steuerersparnissen
- Hoher garantierter Rentenfaktor

WWK VERSICHERUNGEN Vertriebsberatung: +49 89 5114-2000 oder info@wwk.de



Eine starke Gemeinschaft

Basisinformationsblätter und weitere Informationen nach der PRIIP-Verordnung finden Sie im Internet unter wwk.de/BIB.