

AssCompact

Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Sonderthemen

- » Krankenversicherung
- » Zielgruppen

RA Frank Baumann

Schadenregulierung durch
den Versicherungsmakler

AssCompact AWARD

Die erfolgreichsten BU-
Anbieter aus Maklersicht

05 | 2017 3,80 €



Finanzielle Stärke – Ein wichtiges Kriterium in der Kundenberatung

Frank Kettnaker, Vertriebsvorstand (l.), und Dr. Walter Botermann,
Vorstandsvorsitzender (r.) des ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzerns

Statt der
Beiträge
heben wir
lieber die Laune
Ihrer Kunden.



EIN GRUND MEHR,
DIE ALLIANZ
ZU EMPFEHLEN.

Die Einkommensvorsorge, mit der Ihre Kunden rechnen können.

So viel ist sicher: Die Garantiezinssenkung lässt 2017 die Bruttobeiträge steigen – aber nicht die Nettobeiträge zur Einkommensvorsorge der Allianz. Die bleiben auf unverändertem Niveau. Das gilt für die BU wie für die KörperschutzPolice gleichermaßen. Damit können Sie Ihren Kunden ein perfektes Duo mit gleich drei erstklassigen Verkaufsargumenten auf einmal bieten: hervorragende Leistung, fairer Preis, stabile Beiträge.

Darum Einkommensvorsorge mit der Allianz empfehlen:

- Jahrrelange Expertise und grösster BU-Bestand im Markt
- Einzigartige Finanzstärke – Ideal für eine solide BU-Kalkulation
- Hohe Service-Standards und einfache Prozesse
- Einfache Aufnahmeverfahren und Top-Annahmequote
- Hervorragende BU-Leistungsquote
- Unkomplizierte und persönliche Abwicklung im Leistungsfall

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



Mehr dazu bei Ihrem Maklerbetreuer oder unter
allianz-fuer-makler.de/einkommensvorsorge

Allianz

Von allem ein bisschen was

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Ruhe bewahren oder aufbegehn, sachlich argumentieren oder für öffentliche Aufmerksamkeit sorgen – zwischen diesen beiden Polen bewegen sich die Aktionen rund um das Gesetzgebungsverfahren zur IDD-Umsetzung. In unserem AssCompact Newsletter haben wir über die Aktionen der Maklerverbände informiert, der VDVM spricht sich in dieser Printausgabe für mehr Zurückhaltung aus. In der Sache wollen die Verbände jedoch alle die geplante Benachteiligung von Versicherungsmaklern im Wettbewerb mit anderen Vermittlertypen behoben wissen. Die Gespräche mit den Verantwortlichen auf politischer und parlamentarischer Ebene gehen in die nächste Runde.

Mit ihr werben oder nicht? In den vergangenen Monaten ist eine Diskussion darüber entstanden, ob Versicherer mit ihrer Solvabilitätsquote nach Solvency II offensiv werben sollten oder nicht. Nun steht die Branche kurz vor dem Datum der Offenlegungspflicht. Wer eine gute Kennzahl vorlegen kann, wird diese natürlich gerne zeigen – insbesondere gegenüber Versicherungsmaklern oder etwa gegenüber bAV-Firmenkunden. Der Markt wird aber erst noch lernen müssen, wie mit dieser Quote umzugehen ist. Denn einerseits bringt sie Licht in die Kapital- und Risikomanagementstärke der Versicherer, andererseits ist ein Vergleich auch schon deshalb schwierig, weil nicht alle Versicherer mit ein und demselben Modell arbeiten. Versicherungsmakler werden sich also auch künftig bei der Auswahl von Produkten und Anbietern nicht allein auf diese eine Kennzahl verlassen (können).

Belassen oder verändern – mit Heranrücken der Bundestagswahl geraten auch wieder das Gesundheitssystem und die Krankenversicherung ins Rampenlicht. Erste Vorschläge liegen bereits auf dem Tisch, ganz so programmatisch wie sie einmal waren, sind die Diskussionen dazu nicht mehr. Vielleicht auch weil der Markt von PKV und GKV vieles auch von sich aus regelt, wie eines unserer Sonderthemen in dieser Ausgabe zeigt.

Haben Sie sich schon den Termin für die DKM 2017 in Ihren Kalender eingetragen? Nein? Tun Sie es jetzt. Über das, was vom 24. bis 26.10.2017 in den Westfalenhallen Dortmund passieren wird, informieren wir Sie ab dieser Ausgabe in den DKM News. Zuvor darf ich Sie aber noch auf die Deutsche Immobilienmesse hinweisen – das Pendant zur DKM in der mittelständischen Immobilienwirtschaft. In diesem Jahr findet sie vom 30. bis 31.05.2017 ebenfalls in den Westfalenhallen Dortmund statt. Mehr dazu lesen Sie in dieser Ausgabe. Redaktionell begleitet wird die Deutsche Immobilienmesse übrigens durch unser Schwesternmagazin ImmoCompact. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.deutsche-immobilienmesse.de und unter www.immocompact.de.



Ihre

Brigitte Horn
Chefredakteurin
horn@asscompact.de



**20**

AssCompact AWARD „BU/Arbeitskraftabsicherung 2017“

32 «

Finanzielle Stärke – Ein wichtiges Kriterium in der Kundenberatung



Personen

10 News

Studien

18 Aktuelle Marktuntersuchungen**20** AssCompact AWARD „BU/Arbeitskraftabsicherung 2017“: Die erfolgreichsten BU-Anbieter aus Vermittlersicht

Assekuranz

22 News**» 32** Titelinterview » Finanzielle Stärke – Ein wichtiges Kriterium in der Kundenberatung

› Dr. Walter Botermann und Frank Kettnaker, ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE

34 BU- und Pflegeschutz: Hoher Bedarf bei Mitarbeitern des Gesundheitswesens

› Interview mit Friedhelm Gieseler, KlinikRente Versorgungswerk

Sonderthema Krankenversicherung

36 Gesundheitssystem besser als sein Ruf › von Brigitte Horn, AssCompact**38** Neuer Vollkostentarif der SDK – Allen Wahlkampfdebatten zum Trotz › von Benno Schmeing, SDK**40** Neues PKV-Vergleichsportal als Gegenpol zu provisionsgestützten Maklerportalen › Interview mit Gerd Güssler, KVpro.de**42** Zahnzusatzversicherung – Ein großer Markt mit Zukunft › von Dr. Rainer Reitzler, Münchener Verein**44** Welcher Interessent einer Pflegeversicherung ist schon kerngesund? › von Micha Hildebrandt, vigo**46** „Vermittlervertrieb ist die Kür für jede Krankenkasse“ › Interview mit Thorsten Bröske, Schwenninger**48** Hilfe beim Berufsstart gibt es auch von der Krankenkasse › von Jens Roeseler, IKK classic

Investment

50 News**56** Kommentar › Der falsche Superbulle › von Michael Herrmann, AssCompact**60** „Wir wollen Pools und einzelnen Maklern noch besseren Service bieten können“ › Interview mit Michael Schütt, DJE**62** Gezeitenwechsel an den Märkten › von Tilmann Galler, JPMorgan**64** „Es wird immer offensichtlicher, dass wir nicht so weitermachen können“

› Interview mit Marc Friedrich und Matthias Weik, Friedrich & Weik

Finanzen

66 News**70** Mit den Themen Strom und Gas zu mehr Vertriebserfolg › Interview mit Daniel Hering und Björn Weikert, PROCHECK24

DKM-News

72 DKM 2017 – Der wichtigste Branchentermin des Jahres

104



© Named Soul – Fotolia.com

Sonderthema: Mit eigenen Marken spezielle Zielgruppen erreichen

Management & Vertrieb

76 News

- 84 Kolumne › Beziehungsgeflechte des Versicherungsmaklers (Teil II)
› von Rechtsanwalt Hans-Ludger Sandkühler
- 86 Bestandsmarktplatz: Immer länger, immer älter
› von Andreas Grimm, bestandsmarktplatz.de
- 88 Was zählen Fakten noch im „postfaktischen“ Zeitalter? › von Trainer Florian Mück
- 90 IVW-Impulse für junge und moderne Makler › von Steffen Ritter
- 92 Deutsche Immobilienmesse 2017: Der Treffpunkt für Immobilienexperten
- 94 Das war das AssCompact Gewerbe-Symposium 2017

Sonderthema Zielgruppen

- 96 Spezialisierung will gekonnt sein › von Tina Kirchner, AssCompact
- 98 „Frauen wollen ihre Finanzplanung nicht einfach nur abgeben“
 - › Interview mit Heide Härtel-Herrmann, Frauenfinanzdienst
- 100 Bei Zahnärzten zahlen sich Fachwissen und langer Atem aus
 - › von Nicole Gerwert, von Buddenbrook
- 102 Die Spezialisierung auf eine Zielgruppe bringt viele Vorteile mit sich
 - › Interview mit Versicherungsmakler Matthias Fischer
- 104 Mit eigenen Marken spezielle Zielgruppen erreichen
 - › von Harald Fröhlich, Mannheimer

Steuern & Recht

106 News

112 Know-how aus und vom VDVM › Aktuelles zur IDD-Umsetzung:
Der Stoff, aus dem die Träume sind ... › von Dr. Hans-Georg Jenssen, VDVM

114 Schadenregulierung durch den Versicherungsmakler nach § 4 RDG
› von Dr. Frank Baumann, Wolter Hoppenberg Rechtsanwälte

116 Vertriebserfolg und Haftungsvermeidung – Worauf es wirklich ankommt
› von Prof. Dr. Thomas Zacher, Rechtsanwälte Zacher & Partner

- 8 Veranstaltungen
- 14 Bücher
- 120 Stellenmarkt
- 122 Impressum



**Timur Cedim, Maklerbetreuer,
empfiehlt: Ruhestandsplanung mit System
für die Generation 50plus.**

Helvetia Leben Maklerservice
Erfolg mit 50plus.

Die anhaltende Niedrigzinsphase erfordert ein Umdenken in der Beratung. Besonders betroffen ist die Generation 50plus.

Helvetia Leben bietet Vermittlern intelligente Lösungen, um die Versorgungslücke der anspruchsvollen Zielgruppe zu schließen.

Kommen Sie mit uns ins Gespräch:
www.hl-maklerservice.de/50plus



Helvetica schweizerische Lebensversicherungs-AG
T 069 1332-575
kontakt@H-maklerservice.de



**von den Machern der
Best-Leistungs-Garantie**



NEU ZUM 13.05.

HAFTPFLICHT – EINFACH UNVERBESSERLICH

28 x VERBESSERT – NOCH GÜNSTIGER

Noch mehr Absicherung – noch weniger Beitrag: Damit setzt sich die neue VHV Privathaftpflicht klar vom Wettbewerb ab. 28 zusätzliche Top-Leistungen machen PHV KLASSIK-GARANT, den Baustein EXKLUSIV und unsere Best-Leistungs-Garantie zum echten Preis-Leistungs-Meister. Sichern Sie Ihren Kunden bedeutende und zum Teil einzigartige Leistungen, wie den weitreichenden VHV Opferschutz, die volle Absicherung aller mitversicherten Personen bei Deliktsunfähigkeit oder die Absicherung geliehener Sachen bis zur Versicherungssumme. Und wem das nicht reicht, der sichert sich mit der Best-Leistungs-Garantie den Schutz aller deutschen Versicherer – jetzt und in Zukunft.

Mehr Infos unter 0511 907-3000 oder vhw-partner.de

Vertriebsrechtsseminar: Von IDD bis Scheinselbstständigkeit und Wettbewerbsrecht

(ac) Das Recht der Versicherungs- und Finanzvermittler war Ende März Gegenstand eines ganztägigen Seminars der Sozietät Küstner, von Manteuffel & Wurdack in Göttingen. Rechtsanwalt Dr. Michael Wurdack legte zunächst den aktuellen Stand der IDD-Umsetzung und deren Auswirkungen auf Provisionen und Vergütungsformen dar. Rechtsanwalt Mathias Effenberger erörterte die Risiken der Scheinselbstständigkeit im Außendienst und setzte sich mit den Besonderheiten bei Versicherungsagenturen mit selbstständigen Untervermittlern und im strukturierten Vertrieb auseinander. Außerdem gab er Praxistipps, wie kostenträchtige Fallstricke bei der täglichen Zusammenarbeit zu vermeiden sind.

Rechtsanwalt Torsten Klatt thematisierte im Anschluss an praktischen Beispielen die (Un-)Wirksamkeit von Vertragsklauseln in Vertriebsverträgen. Ebenso wurden aktuelle Rechtsprechung zu Provisionen und Kontrollrechten sowie die gestiegenen Anforderungen an Informations-, Beratungs- und

Dokumentationspflichten besprochen. Rechtsanwalt Dr. Wurdack wies insbesondere auf die sich mit der IDD-Umsetzung ab 23.02.2018 deutlich verschärfenden Beratungs- und Dokumentationspflichten beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten hin, die auch auf die Beratung insgesamt ausstrahlen würden. Hier bestehe für Versicherungsunternehmen und Vermittler erheblicher Handlungsbedarf, um Haftungsfallen und Haftungsfälle zu vermeiden.

Konkrete Fälle im Mittelpunkt

Am Nachmittag ging es um Vertragsgestaltung anhand konkreter Fälle wie beispielsweise bei Beendigung eines Vertretervertrages. In dem Zusammenhang wurde der Ausgleichsanspruch von Vertretern und Untervertretern bei Vertragsbeendigung mit Beispielsfällen und -berechnungen, auch bei neuen (LVRG-)Vergütungssystemen, dargestellt. Zuletzt rückten Wettbewerbsrecht und Datenschutz ins Licht der Betrachtung. Klatt erläuterte aus seiner Fallpraxis, dass und wie Unternehmen und Vermittler angreifen und sich verteidigen können.

EXECinsurtech versammelt europäische InsurTech-Szene in Berlin

(ac) Anfang April hat in Berlin die Veranstaltung EXECinsurtech stattgefunden. Als Versicherungs-Event mit Start-up- und Technologiefokus brachte sie Gründer, Investoren und Entscheidungsträger der klassischen Versicherungsbranche auf Augenhöhe zusammen. Veranstalter hinter dem Event ist das Kölner Start-up „PIRATE“. Die EXECinsurtech war eingebettet in das Konzept der EXEC – unter einem Dach in der Berliner Kalkscheune fand sie parallel zu der finanz- und bankenfokussierten EXECfintech statt. Die insgesamt 700 Teilnehmer konnten aus einem umfangreichen Programm mit über 100 Rednern, 50 Start-up-Pitches, vielfältigen Networking-Angeboten, beispielsweise Business-Speeddating, und über 25 Ausstellern wählen.

Vorträge und Diskussionen rund um branchenaktuelle Entwicklungen

Auf der Hauptbühne der EXECinsurtech diskutierten zum Beispiel Vertreter von AXA, SIGNAL



Der Einfluss der Start-ups, die sich um eine eigene Versicherungslizenz bemühen, auf den aktuellen Markt stand thematisch im Fokus vieler Diskussionen.

IDUNA, dem neu gegründeten Start-up Element, Liberty Reinsurance und dem Risikokapitalfonds Apeiron Investments über das Thema, dass gleich mehrere Start-ups sich derzeit um eine eigene Versicherungslizenz bemühen und was dies für einen einschneidenden Einfluss auf dem aktuellen Markt haben könnte.

Hinter einem starken Makler steht immer eine starke Maklerbetreuung.

Persönlich, kompetent und lösungsorientiert – mit welchem Service der ERGO Maklerbetreuung Sie noch rechnen können, erfahren Sie auf makler.ergo.de

ERGO

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

Neuer Leiter für AXA Makler- und Partnervertrieb



Christian D. F. Pape

(ac) Christian D. F. Pape leitet seit März 2017 den Makler- und Partnervertrieb des AXA Konzerns in den Bereichen Kranken- und Lebensversicherung. Er hat die

Nachfolge von Wolfgang Ruckwied angetreten, der nach fast 50-jähriger Betriebszugehörigkeit im Dezember 2016 in den Ruhestand gegangen ist.

Christian D. F. Pape kommt von der Gothaer Allgemeine Versicherung AG, bei der er zuletzt die Maklerdirektion München leitete. In dieser Funktion war der studierte Betriebswirt für alle Sparten verantwortlich. Vor seiner Tätigkeit bei der Gothaer war Pape Maklerberater beim Continentale Versicherungsverbund, wo er auch seine berufliche Laufbahn begann.

Ex-Interhyp-Vorstand jetzt CEO von Finanzchef24



Benjamin Papo

(ac) Seit 01.02.2017 verstärkt Benjamin Papo das Team von Finanzchef24, einem digitalen Versicherungsmakler für Gewerbeversicherungen, als CEO. Papo war

zuvor 13 Jahre für die Interhyp AG und zwei Jahre für die ING-DiBa AG tätig. Bei der Interhyp wurde Benjamin Papo 2010 im Alter von 33 Jahren zum Vorstand für das Privatkundengeschäft berufen. Zuletzt verantwortete er als Direktor der ING-DiBa die Programm- und Projektsteuerung sowie das Programm zur digitalen Transformation der Bank.

VEMA ernennt zwei Prokuristen

(ac) Die VEMA Versicherungs-Makler-Genossenschaft eG hat zwei Prokuristen ernannt und mit allen nötigen Vollmachten ausgestattet. Markus Gollwitzer, Leiter des Produktmanagements und des Marketings, ist bereits seit 2009 im Unternehmen. Derzeit befinden sich 14 Mitarbeiter in seinem Team. Die Eintragung seiner Prokura ins Handelsregister erfolgte bereits im Oktober 2016.

Andrea Pöhlmann arbeitet seit über 13 Jahren in der Verwaltung der VEMA eG. Die Leitung der Verwaltung, der Unternehmensoptimierung sowie des Maklerservices wurde ihr Mitte 2015 übertragen. Prokuristin wurde sie mit Eintragung im März 2017. Aktuell hat sie Personalverantwortung über 13 Mitarbeiter.

Vertriebsressort der neue leben Versicherung mit neuem Generalbevollmächtigten



Holm Diez

(ac) Holm Diez verantwortet seit dem 01.04.2017 als Generalbevollmächtigter das Vertriebsressort der neuen leben Versicherungen. Neben seiner Verantwortung für die Bereiche Marketing und Vertrieb soll er nun insbesondere den Ausbau der digitalen Vertriebsunterstützung für Sparkassen weiter forcieren. Diez hat die Aufgaben von Sebastian Greif übernommen, der Ende des Jahres 2016 aus den Vorständen der neue-leben-Gesellschaften ausgeschieden ist.

Zuletzt verantwortete Holm Diez als Direktor das Immobiliengeschäft und steuerte die Sparkasse Bremen Immobilien GmbH sowie die Sparkasse Hausverwaltung GmbH.

Neuzugang in der Ecclesia Gruppe

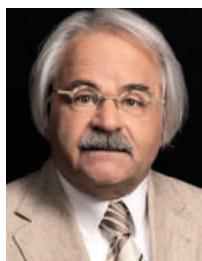


Jochen Körner

(ac) Per 01.05.2017 ist Jochen Körner zur Ecclesia Gruppe gewechselt. Der ehemalige Geschäftsführer der Marsh GmbH hat die Verantwortung für die Industriemakler der Ecclesia Gruppe im In- und Ausland übernommen und folgt in dieser Funktion auf Norbert Noehrbass, der zum 31.07.2018 altersbedingt in den Ruhestand tritt.

Tilman Kay, ehemals Hauptgeschäftsführer, ist seit 01.05.2017 Vorsitzender der Holding-Geschäftsführung. Komplettiert wird die Führungsspitze durch Dr. Stefan Ziegler, der zum 01.05.2017 dem in den Ruhestand getretenen Manfred Klocke nachfolgt.

Aufsichtsratsvorsitzwechsel beim Heilwesennetzwerk



Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski

(ac) Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski von der Berliner Humboldt-Universität ist seit Kurzem neuer Aufsichtsratsvorsitzender der Heilwesennetzwerk RM eG. Der Rechtsexperte löst in dieser Funktion

Dr. Dirk Geitner ab. Der frühere Vorstandsvorsitzende der Deutsche Ärzteversicherung AG begleitet die Genossenschaft aus zeitlichen Gründen nur noch mit einem ordentlichen Aufsichtsratsmandat.

Gothaer Allgemeine beruft neuen Vorstandsvorsitzenden



Dr. Christopher Lohmann

(ac) Dr. Christopher Lohmann hat zum 01.04.2017 seine Tätigkeit als Mitglied des Vorstands der Gothaer Versicherungsbank VVaG und der Gothaer Finanzholding AG aufgenommen. Zum 01.05.2017 übernahm er dann die Nachfolge von Thomas Leicht als Vorstandsvorsitzender der Gothaer Allgemeine AG. Thomas Leicht hatte seinen Vertrag aus privaten Gründen nicht verlängert und wird zum 31.05.2017 aus dem Vorstand ausscheiden.

Dr. Christopher Lohmann blickt auf eine langjährige Karriere in der Allianz Gruppe zurück. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeit lag dabei auf dem Sachversicherungsgeschäft mit unterschiedlichen Funktionen in den Bereichen Vertrieb, Betrieb, Schaden und Finanzen. Seit 2013 war Lohmann Geschäftsführer der Allianz Global Corporate & Specialty SE, kurz AGCS, und zuständig für Zentral- und Osteuropa.

Anzeige

Pflegefall.

Immer selbstbestimmt. Egal, was kommt.

Der Swiss Life Pflege- & Vermögensschutz sichert das Kapital Ihrer Kunden - für ein längeres, selbstbestimmtes Leben. swisslife.de

SwissLife

AXA Industriever sicherer mit neuem Chief Underwriting Officer



Stefan Sowietzki
(ac) Ab dem 01.07.2017 bekleidet Stefan Sowietzki beim Industriever sicherer AXA Corporate Solutions (AXA CS) die Position des Chief Underwriting Officers. Wie das Unternehmen meldet, wird er zugleich Mitglied im Management Board. Bereits von 2010 bis 2014 war Sowietzki als Manager Property für AXA CS Deutschland tätig. Anschließend wurde er im Zuge eines International Mobility Programmes als CEO der AXA Tianping Corporate Solutions in Shanghai eingesetzt. Im Rahmen seiner über 20-jährigen Erfahrung im industriellen Versicherungsbereich hatte Sowietzki führende Positionen bei einem großen deutschen Industriever sicherer, einem global operierenden Maklerhaus sowie in der Versicherungsabteilung eines Industrieunternehmens inne.

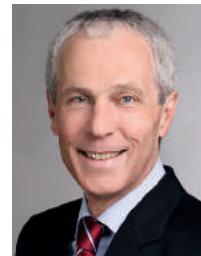
Münchener und Magdeburger Agrarversicherung beruft Petra Hofmann in den Vorstand



Petra Hofmann
(ac) Petra Hofmann ist vom Aufsichtsrat der Münchener und Magdeburger Agrarversicherung AG zum 01.06.2017 in den Vorstand berufen worden. Im Vorstand des Spezialversicherers für Landwirtschaft der Allianz Gruppe wird Hofmann das Ressort „Betrieb und Schadeninnendienst“ übernehmen. Sigmund Prummer, der momentan das Ressort „Betrieb und Schaden“ verantwortet, bleibt weiterhin für den Schadennaußendienst zuständig. Zudem leitet Prummer ab 01.06.2017 den Vertrieb, derzeit noch in der Verantwortung des Vorstandsvorsitzenden Peter Buchhierl.

Petra Hofmann bekleidete nach ihrer Ausbildung zur Versicherungskauffrau mehrere Führungspositionen in der Allianz Versicherungs-AG, der BKK Allianz und der Allianz Deutschland AG. Sie war unter anderem verantwortlich für die Entwicklung des FirmenKonzepts, des Versicherungsangebots der Allianz für kleine und mittlere Unternehmen.

GDV stellt Weichen für Präsidentenwechsel



Dr. Wolfgang Weiler

(ac) Das Präsidium des Gesamtver bands der Deut schen Versiche rungswirtschaft e. V. (GDV) hat sich einstimmig dafür ausgespro chen, Dr. Wolfgang Weiler mit Wir kung zum 27.09.2017 zum GDV-Präsi denten zu wählen. Weiler soll dann auf Dr. Alexander Erdland folgen, der sein Mandat zum selben Zeitpunkt abgeben wird.

Der promovierte Betriebswirt Weiler ist Sprecher der Vorstände der HUK COBURG Versicherungsgruppe und seit vielen Jahren im Präsidium des Ver bands und in den Gremien und Institu tionen der Branche engagiert.

Olaf Axel Engemann wechselt von der Generali zur SDK



Olaf Axel Engemann

(ac) Olaf Axel Engemann wird Vorstand der Süddeutsche Kranken versicherung, der Süddeutsche Lebensversicherung und der Süddeut sche Allgemeine Versicherung. Ab dem 01.07.2017 ist er dort für Marketing und Vertrieb zuständig. Der SDK-Vor stand setzt sich damit zusammen aus Dr. Ralf Kantak (Vorsitzender), Olaf Axel Engemann (Vertriebsvorstand) und Benno Schmeing (Betriebsvorstand).

Olaf Axel Engemann ist seit fast 25 Jahren nach einer Ausbildung zum Versicherungskaufmann als Diplom-Betriebswirt in der Versicherungsbranche tätig, davon 13 Jahre im Generali Konzern. In den letzten drei Jahren war er dort Bereichs vorstand für die unabhängigen Vertriebs partner der Generali in Deutschland sowie parallel seit einem Jahr Generalbevoll mächtigter für den Vertrieb Deutschland der Dialog Lebensversicherung.



Kein Mensch ist ein Pflegefall

Neu: Barmenia-Pflege100 – Innovative Lösung für die private Pflegeversorgung

**Besser Barmenia.
Besser leben.**

Digitale Messe am
09./10.05.2017



Die Barmenia stellt sich mit einem völlig neuen Ansatz und einer innovativen Lösung im Bereich der privaten Pflegeversorgung neu auf – für Menschen, die ihr Leben so lange es geht aktiv gestalten möchten. Entwickelt gemeinsam mit unserem exklusiven Kooperationspartner, der Johanniter-Unfall-Hilfe (JUH).

Informieren Sie sich am **09. und 10.05.2017** schnell und umfassend auf unserer digitalen Messe über die neuartige Pflegeversicherung der Barmenia.

Freuen Sie sich auf interaktive Inhalte und den direkten Austausch im Live-Chat an den Messeständen – natürlich auch zu unseren Produkten im Sach- und LV-Bereich.

Besonderes Highlight:

Live-Podiumsdiskussion am 09.05.2017 mit **Barmenia** und **JUH-Vorständen**

Weitere Informationen und den Link zur Anmeldung finden Sie auf www.maklerservice.de.

Barmenia
Versicherungen

Leben | Kranken | Unfall | Sach



Autor: Jürgen Veith, Jürgen Gräfe, Yvonne Gebert (Hrsg.)
Verlag: Nomos Verlag
Umfang: 1.468 Seiten
Preis: 158,00 Euro
ISBN: 978-3-8487-1302-8

Der Versicherungsprozess

Ansprüche und Verfahren

Das Praxishandbuch zum Versicherungsprozess will alle am Versicherungsverfahren Beteiligten bei der Lösung komplexer versicherungsrechtlicher Aufgabenstellungen unterstützen. In Form einer typischen Anspruchsprüfung wird für jede Versicherungssparte erläutert, welche versicherungsvertraglichen und gesetzlichen Grundlagen zu beachten und wie diese im Anschluss vorzutragen und zu belegen sind. Der Praktiker soll in der Lage sein, bei Sachverhalten die Schlüssigkeit eines Versicherungsanspruchs und die Erheblichkeit der Einwendung des Versicherers zu erkennen. Versicherungsexperten erläutern sowohl allgemeine als auch seltene Fragestellungen, Urteile und Literaturhinweise ergänzen die Informationen. Die dritte Auflage der Publikation enthält ein neues Kapitel zur Haftpflichtversicherung der Versicherungs- und Finanzanlagenvermittler. Zudem sind die neuesten GDV-Musterversicherungsbedingungen eingearbeitet. Berücksichtigt wurden auch die neuen Entwicklungen in der Rechtsprechung, etwa im Bereich Rechtsschutz-, D&O- und Lebensversicherung.



Autor: Paul H. Dembinski, Michael Derrer (Übersetzer)
Verlag: Schäffer-Poeschel
Umfang: 97 Seiten
Preis: 29,95 Euro
ISBN: 978-3-7910-3864-3

Ethik und Verantwortung im Finanzsektor

Was jetzt zu tun ist

Der Autor Paul H. Dembinski ist Professor für Strategie und Internationale Wettbewerb an der Universität Freiburg (Schweiz). In seinem Buch setzt er sich mit der Frage auseinander, weshalb Ethik in der Finanzwirtschaft erforderlich ist. Dazu beleuchtet der Autor die ethischen Probleme der drei Hauptakteure im Finanzbereich, nämlich der Kapital-eigentümer, also Späher und Rentiers, der öffentlichen und privaten Investoren und der Finanzintermediatoren. In diesem Zusammenhang zeigt Dembinski Möglichkeiten auf, wie die Finanzbranche das Vertrauen der Gesellschaft zurückgewinnen kann. Seine Reformvorschläge umfassen unter anderem eine stärkere Auseinandersetzung mit Finanzfragen sowie die Erneuerung der persönlichen Beziehungen der Finanzakteure. Zudem plädiert der Autor für eine Vereinfachung der Prozesse im Finanzbereich und die Modernisierung der Hochschullehre. Man solle Finanzwissen anders unterrichten. Finanzakteure will Dembinski mit konkreten Empfehlungen zum Handeln anregen.



Autor: Barbara Liebermeister
Verlag: Gabal Verlag
Umfang: 264 Seiten
Preis: 24,90 Euro
ISBN: 978-3-86936-750-7

Digital ist egal

Mensch bleibt Mensch – Führung entscheidet

Angesichts der voranschreitenden Digitalisierung stellt sich vielen die Frage, wie sich der Arbeitsalltag verändern wird und welches Führungsverhalten künftig zählt. In ihrem Buch vertritt die Autorin Barbara Liebermeister die Thesen, dass sich Persönlichkeit nicht digitalisieren lässt, der Mensch im digitalen Zeitalter klar in den Mittelpunkt rückt und Führung mehr denn je gefragt ist. Nicht in Technologien, sondern in Beziehungen zu und zwischen Menschen sieht Liebermeister den Erfolgsfaktor für Unternehmen im 21. Jahrhundert. Kein Computerprogramm kann die agile Führungspersönlichkeit ersetzen. Nach Einschätzung der Autorin ist die erfolgreiche Führungskraft von morgen ein empathischer und exzelterner Netzwerker, der Menschen für Ideen begeistern und motivieren kann. Es zählt nicht Fachwissen, sondern Menschenkenntnis und die Fähigkeit, Spezialisten in Teams zu integrieren und ihre individuellen Stärken zu fördern. Gefragt sind Leader aus Fleisch und Blut.

Jeder kann pflegebedürftig werden.

PFLEGE VORSORGE VARIO

**Mit der Pflegevorsorge von AXA sorgen
Ihre Kunden optimal vor.**

An später zu denken, heißt auch, sich rechtzeitig mit dem Thema Pflege zu befassen. Denn auch nach der Pflegereform reichen die gesetzlichen Pflegeleistungen bei Weitem nicht aus. Die Kosten werden gerade einmal zur Hälfte gedeckt. Um die finanzielle Lücke zu schließen, empfehlen wir, die gesetzlichen Leistungen mit einer privaten Vorsorge zu verdoppeln. Schließlich wünschen sich die meisten Menschen, möglichst lange im familiären Umfeld zu bleiben, ohne dabei den Angehörigen zur Last zu fallen.

Mit AXA erhalten Ihre Kunden genau die Vorsorgelösung, die zu Ihrer Lebensplanung und Ihren finanziellen Möglichkeiten passt, um die finanzielle Sicherheit im Pflegefall sofort oder später zu erreichen. Pflegevorsorge VARIO lässt sich individuell gestalten und sichert Ihre Kunden für jeden Pflegegrad unkompliziert ab – bei voller Flexibilität.



Mehr Informationen
zur Pflegevorsorge VARIO
von AXA finden Sie unter
www.AXA-Makler.de

Maßstäbe / neu definiert



Die ganze Geschichte von Sascha Lex im Film auf www.fairantworten.info

**„Ganz unbürokratisch habe ich
von der NÜRNBERGER
meine BU-Rente bekommen.“**

Sascha Lex, NÜRNBERGER Kunde aus Berlin

**„Die NÜRNBERGER hilft
im Leistungsfall zeitnah
und im Sinne des Kunden.“**

Klaus Schulze, Versicherungsmakler aus Berlin

Schon immer gut, jetzt noch besser:

Wenn es um die Absicherung der Arbeitskraft geht, sind Sie und Ihre Kunden bei der NÜRNBERGER gut aufgehoben. Das gilt besonders im Leistungsfall. Laut einer Umfrage von YouGov 2016 zahlen wir schneller als der Marktdurchschnitt.

Einfach informieren: www.fairantworten.info



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG



Bereitschaft zum Wechsel von Girokonten laut YouGov-Report deutlich angestiegen

(ac) Der Anteil der Bankkunden, die innerhalb eines Jahres die Hauptbankverbindung gewechselt haben, hat sich beinahe verdoppelt und liegt gegenwärtig bei 10%. Dass es sich dabei um einen anhaltenden und eher zunehmenden Trend handelt, zeigt der Anteil der Bankkunden, die konkret planen, innerhalb der nächsten zwölf Monate die Hauptbankverbindung zu wechseln oder ein Girokonto zu eröffnen; dieser liegt bei 8%. Weitere 16% zeigen sich gegenwärtig noch unentschlossen und planen vielleicht einen Wechsel innerhalb des gleichen Zeitraums. So lautet das Ergebnis des Reports „Wechselbereitschaft Girokonto“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov.

Fasst man demnach Wechsler, Neukunden und Wechselwillige zusammen, ist fast jeder vierte Bankkunde Teil der dynamischen Entwicklung auf dem Bankenmarkt. Dabei ist der Anteil jener, die bereits einen Wechsel vollzogen haben, über alle

Vermögens- und Einkommensschichten hinweg fast gleich hoch und liegt zwischen 9% bei Personen ohne Geldvermögen und 13% bei Personen mit einem Geldvermögen bis 100.000 Euro. Unter den Bankkunden mit einem Geldvermögen von mehr als 100.000 Euro liegt der Anteil der Wechsler bei 10%.

Anreize für wechselaffine Bankkunden

Der Studie zufolge rangiert unter den klassischen Anreizen für wechselaffine Kunden das Startguthaben mit 57% in der Beliebtheit vor der kostenlosen Kreditkarte (41%) und Gutscheinen (29%). Aber auch Sachprämien und Reisegutscheine bzw. Vergünstigungen und Rabatte sind für Wechselwillige attraktiv. Der geeignete Werbekanal für die Ansprache der Wechselwilligen ist dabei das klassische Fernsehen, gefolgt vom Radio. Auch stehen Online-Vergleichsportale bei den Wechselwilligen hoch im Kurs. Zwei Drittel von ihnen nutzen Portale wie Check24, Preisvergleich.de oder Verivox.

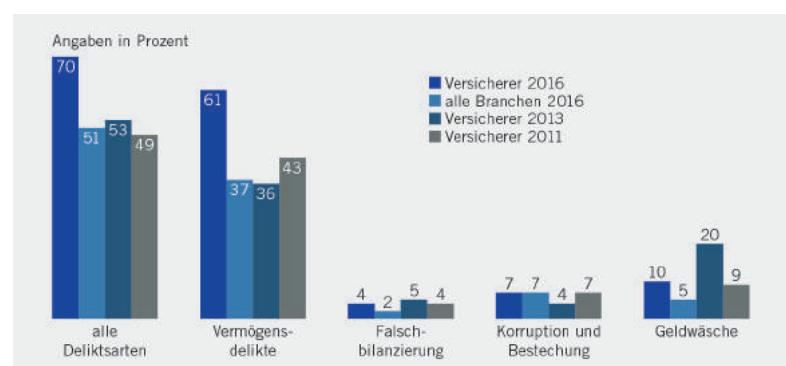
PwC-Auswertung: Wirtschaftskriminalität in der Versicherungsbranche stark gestiegen

(ac) Versicherer in Deutschland waren in den vergangenen Jahren im Branchenvergleich weit überdurchschnittlich von Wirtschaftskriminalität betroffen. Das ist das Ergebnis einer Sonderauswertung zu Wirtschaftskriminalität und Compliance in der Versicherungswirtschaft, die im Auftrag der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC und der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg umgesetzt wurde. Während demnach im Durchschnitt aller Branchen 51% der befragten Unternehmen Opfer von Wirtschaftskriminalität geworden sind, waren es bei den Versicherern 70%. Dies bedeutet eine Zunahme von 17 bzw. 21 Prozentpunkten gegenüber den Studien 2013 und 2011 sowie die höchste Belastung seit 2007.

Der Anstieg beruht der Auswertung zufolge vor allem auf zunehmenden Vermögenskriminalitätsdelikten wie Betrug. Davon waren 61% der Versicherer betroffen (36% im Jahr 2013), während der Durchschnittswert aller Branchen nur 37% betrug. 88% der befragten Versicherer gaben an, durch Vermögenskriminalität auch am schwersten geschädigt worden zu sein. Der Durchschnitt aller Branchen lag hier bei 56%.

Betrügerische Geschäftspartner und Cybercrime
Ebenfalls wesentlich häufiger als im Durchschnitt aller Branchen wurden Versicherer durch externe Wirtschaftsstraftäter geschädigt. Drei Viertel davon

Entwicklung von Wirtschaftskriminalität in der Versicherungsbranche



Die Grafik (Auszug) enthält keine Fälle von Industrie- und Wirtschaftsspionage, da in der Versicherungswirtschaft keine berichtet wurden; Mehrfachnennungen waren möglich.

Quelle: PwC

wurden als Geschäftspartner und Dienstleister identifiziert – mehr als doppelt so viele wie im branchenübergreifenden Schnitt. Ein Drittel der befragten Versicherer berichtete zudem über mindestens einen Fall von Cybercrime und 39% über Cybercrime-Verdachtsfälle.

Die Auswertung offenbart aber auch Positives: Inzwischen verfügen 94% aller Versicherer, die sich zur Kritischen Infrastruktur (KRITIS) zählen, über ein internes IT-Sicherheitssystem. Aufgrund regulatorischer Vorgaben musste die Versicherungswirtschaft ihre Compliance-Standards deutlich erhöhen – Compliance-Management-Systeme (CMS) sind daher nahezu selbstverständlich geworden.



Jetzt informieren:
www.hdi.de/vertrieb/viergutegruende

Franke Bornberg

Topschutz
hervorragend **FFF**

Hausrat
HDI Hausratversicherung AG
HDI Hausrat Premium
Hausrat-Maxi www.hdi.de 0800 100 0000

HDI

Hausratversicherung

**Wenn es darum geht,
mich auf alles einzurichten.**

Im Lauf der Zeit sammelt sich in den eigenen vier Wänden einiges an Werten an. Wenn Gegenstände im Haushalt Ihrer Kunden zerstört oder gestohlen werden, gibt Ihnen die neue HDI Hausratversicherung maßgeschneiderten Schutz und ersetzt den Schaden zum Neuwert. Dabei können Ihre Kunden auf flexible Absicherung und einen ausgezeichneten Schadenservice setzen. Und das alles zu einem Top-Preis-Leistungs-Verhältnis.

HDI hilft.

www.hdi.de/vertrieb/viergutegruende

Die erfolgreichsten BU-Anbieter aus Vermittlersicht



Die aktuelle Studie „AssCompact AWARD – BU/Arbeitskraftabsicherung 2017“ kürt die Favoriten der Makler und Mehrfachagenten im Biometrie-Geschäft. ALTE LEIPZIGER und Canada Life verteidigen ihre Spitzenpositionen, aber es herrscht viel Bewegung unter den Top Ten.

Erfreuliche Nachrichten für die Biometrie-Sparte: Nach Angaben der für die Studie „AssCompact AWARD – BU/Arbeitskraftabsicherung 2017“ befragten Makler und Mehrfachagenten hat das Geschäft im Bereich der BU/Arbeitskraftabsicherung im vergangenen Jahr zugelegt. Den Erwartungen nach wird es auch in den kommenden ein bis drei Jahren weiter wachsen. Neben der selbstständigen BU sind auch Grundfähigkeitsversicherungen und Dread-Disease-Produkte in der Vertriebsliste beliebt. Welche Anbieter von den Maklern gerne vermittelt werden und wie zufrieden sie mit dem Service sind, zeigt die eben veröffentlichte Studie auf.

ALTE LEIPZIGER bleibt Spitzenreiter, Canada Life holt auf

Das Siegertreppchen bleibt konstant: Wie in den Vorjahren behauptet die ALTE LEIPZIGER mit großem Abstand ihre Vormachtstellung im Bereich der selbstständigen BU und gewinnt den diesjährigen AWARD mit den meisten Geschäftsanteilen in den vergangenen zwölf Monaten. Dahinter folgen erneut die Swiss Life auf Rang 2 und der VOLKSWOHL BUND auf Rang 3. Die größten Sprünge nach vorne machten die Canada Life von Rang 7 auf Rang 4 und die Stuttgarter von Rang 12 auf Rang 8. Auch Allianz und HDI konnten ihre Ergebnisse steigern. In der Kategorie Dread-Disease/MultiRisk (Leben) dominiert erneut die Canada Life. Auf Rang 2 schafft es die Swiss Life, die sich insgesamt um drei Plätze verbessern konnte, vor dem VOLKSWOHL BUND auf Platz 3. Die Tabelle zeigt die Top-3-Platzierungen pro Sparte auf (Vorjahresergebnisse in Klammern).

Die Top-3-Platzierungen pro Sparte

BU

Platz 1 ALTE LEIPZIGER (1)

Platz 2 Swiss Life (2)

Platz 3 VOLKSWOHL BUND (3)

Dread-Disease/MultiRisk (Leben)

Platz 1 Canada Life (Dread-Disease) (1)

Platz 2 Swiss Life (MultiRisk Leben) (5)

Platz 3 VOLKSWOHL BUND (MultiRisk Leben) (2)

Basis des Rankings: Höhe des Geschäftsanteils

Serviceniveau der Versicherer deutlich verbessert

Anpassungen, Erweiterungen und Innovationen im Produkt- und Servicebereich der vergangenen Monate kamen bei den unabhängigen Vermittlern an. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt die Studie, dass über alle Anbieter hinweg das Serviceniveau deutlich gestiegen ist. In Zahlen ausgedrückt bedeutet das: 2016 bewegte sich die Gesamtzufriedenheit der teilnehmenden Makler in einem Korridor von 66 bis 88 Punkten und 2017 von 75 bis 89 Punkten. Das entspricht in etwa einer 10%-igen Steigerung. Die Top-3-Versicherer im Bereich BU bekommen auch im Servicebereich hervorragende Werte aus Vermittlersicht zugesprochen.

Die vorher erwähnten Aufsteiger Canada Life, Stuttgarter, Allianz und HDI konnten ihre Servicewerte deutlich steigern. Insbesondere die Canada Life überzeugt mit einem exzellenten Angebot über nahezu alle Leistungskriterien hinweg und führt die Serviceliste mit 89 Punkten an. Es wird mal wieder deutlich: Gute Serviceleistungen zahlen sich langfristig aus. Neben der Abwicklung im Leistungsfall und der Abwicklung im Neugeschäft zählen auch die Tarifpolitik, die persönliche Vertriebsunterstützung und die Flexibilität der Produkte und Tarife nach Angaben der befragten Makler zu den entscheidenden Leistungsmerkmalen. Die nachstehende Abbildung führt die jeweils besten Anbieter ausgewählter Kriterien auf:

Die besten Anbieter in drei ausgewählten Leistungskategorien

Leistungskriterien	Bester Anbieter (BU)	Bester Anbieter (Dread-Disease/MultiRisk Leben)
Abwicklung im Leistungsfall	Condor	NÜRNBERGER
Abwicklung im Neugeschäft	Allianz, Canada Life	Canada Life
Flexibilität der Produkte und Tarife	ALTE LEIPZIGER, VOLKSWOHL BUND	Swiss Life

Auf eine gute Abwicklung sowie die Flexibilität der Produkte legen die unabhängigen Vermittler besonderen Wert.

Die guten Servicewerte wirken sich auch auf die Einstellung hinsichtlich der zukünftigen Zusammenarbeit positiv aus. So möchten die Makler im BU-Bereich bei allen Versicherern die Zusammenarbeit eher intensivieren als reduzieren. Am Beispiel von Canada Life bedeutet das in Zahlen: 51% möchten die Zusammenarbeit intensivieren, 47% möchten bei einer gleichbleibenden Zusammenarbeit bleiben und lediglich 2% denken über eine Reduzierung nach.

Biometrie-Geschäft für viele Makler ein Zugpferd

Die Studie liefert auch Ergebnisse zu den Umsatzentwicklungen in den Maklerbüros. Die Einnahmen aus dem Biometrie-Geschäft zählen demnach zu den wichtigsten eines Betriebs. Deshalb ist es besonders erfreulich, dass sich das Arbeitskraftabsicherungsgeschäft 2016 im Vergleich zu 2015 für 51% der Makler deutlich verbessert hat. Die angegebene Steigerungsrate beläuft sich dabei auf knapp ein Drittel und weist den höchsten Wert der vergangenen fünf Jahre auf. Für 38% verlief das Vorjahr gleichbleibend. Lediglich 11% gaben eine Verschlechterung in Höhe von durchschnittlich 24% an. Zukünftiges Steigerungspotenzial in den kommenden ein bis drei Jahren sehen die unabhängigen Vermittler insbesondere bei der selbstständigen BU, der Pflegerentenversicherung nach Art der Lebensversicherung, der Grundfähigkeitsversicherung und der Dread-Disease-Versicherung. Erwerbsunfähigkeitsversicherungen und MultiRisk-Produkte (sowohl Leben als auch Unfall) haben hingegen etwas an Strahlkraft verloren und werden mit geringerem Potenzial eingestuft.

Produktratings (zum Beispiel von MORGGEN & MORGGEN, Franke und Bornberg oder IVFP) bleiben zudem gemäß Studie

weiterhin für 75% der unabhängigen Vermittler ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl der BU-Produkte. Finanzstärkeratings (beispielsweise Fitch, Standard & Poor's, ASSEKURATA) finden für 64% der Makler und Mehrfachagenten Berücksichtigung bei der Produktauswahl.

Biometrie-Risikoprüfungsangebote werden immer wichtiger

Unabhängige Vermittler wünschen sich, wie frühere Untersuchungen ergeben haben, seit Jahren mehrheitlich einen Ausbau der Biometrie-Risikoprüfungsangebote vonseiten der Versicherer und vonseiten der externen Anbieter wie beispielsweise Franke und Bornberg oder MORGGEN & MORGGEN. Dieser Wunsch wurde offenbar gehört, denn sowohl die Bekanntheit der Biometrie-Risikoprüfungsangebote als auch die Inanspruchnahme sind generell deutlich angestiegen. Das bekannteste Tool aufseiten der Versicherer stammt von der Allianz: 30% der Befragten kennen es und 21% nutzen es. Dahinter folgen die Angebote von ALTE LEIPZIGER und Swiss Life. Eine größere Verbreitung findet im Vergleich hierzu das Angebot vers.diagnose von Franke und Bornberg mit einer Bekanntheit von knapp 60% und einer Nutzungsquote von 43%. Die Tools RiVa (softfair & Levelnine) und EQuot (MORGGEN & MORGGEN) rängieren in der Bekanntheit dahinter.

Über die Studie

An der durchgeführten Umfrage beteiligten sich 452 Makler und Mehrfachagenten aus dem Adresspool der bbg Betriebsberatungs GmbH, Bayreuth. Die Stichprobe ($\bar{\sigma}$ -Alter = 50,4 Jahre; $\bar{\sigma}$ -Berufserfahrung = 22,5 Jahre; 12,2% weiblich; 87,8% männlich) stellt ein sehr gutes Abbild der Assekuranz- und Finanzvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur dar. Die Studie „AssCompact AWARD – BU/Arbeitskraftabsicherung 2017“ kann zum Einzelpreis von 1.950 Euro zzgl. gesetzlicher MwSt. erworben werden. Ansprechpartner: Florian Stasch (Tel.: 0921 7575 838, E-Mail: stasch@bbg-gruppe.de). Alle weiteren AssCompact Studien können im Internet unter www.asscompact-studien.de bezogen werden. ■



Die Studie „AssCompact AWARD – BU/Arbeitskraftabsicherung 2017“ kann unter www.asscompact-studien.de oder über nebenstehenden QR-Code bezogen werden.

GEV bringt neue Haus- und Grundbesitzerhaftpflichtversicherung

(ac) Die Grundeigentümer-Versicherung (GEV) hat eine neue Haus- und Grundbesitzerhaftpflichtversicherung lanciert: Die Produktvarianten heißen Pro Domo Kompakt und Hausverwalterkonzept (HVK) und bieten Deckungssummen bis zu 50 Mio. Euro. Im Premium-Tarif Pro Domo HVK ist die Haftung als Bauleiter und Planer für Baumaßnahmen bis 50.000 Euro in den Versicherungsschutz eingebunden. Außerdem wurden für beide Tarifvarianten die Versicherungssummen für die Bauherrenhaftpflichtversicherung angehoben.

Forderungsausfälle für Mietsachschäden abgesichert

Sogenannte „Forderungsausfälle für Mietsachschäden“ werden meist durch Mietnomaden verursacht, entstehen aber auch durch eine unsachgemäße Nutzung der Wohnung. Übersteigen die Schäden die zur Verfügung stehende Kaution, kann oder will der Mieter den Schaden nicht übernehmen, bietet die Haus- und Grundbesitzerhaftpflichtversicherung der GEV Versicherungsschutz. Geleistet wird je Versicherungsfall bis zu einer Summe von maximal 100.000 Euro. Voraussetzung für die Leistung ist, dass die Forderung durch ein rechtskräftiges Urteil oder einen vollstreckbaren Vergleich vor einem deutschen Gericht festgestellt worden und der schädigende Mieter zahlungs- oder leistungsunfähig ist.

Mitversichert ist bei der GEV auch die Verkehrssicherungspflicht des Versicherungsnehmers aus der Unterhaltung einer Photovoltaikanlage sowie der Einspeisung von Strom bis zu 15 bzw. 25 kW. Neu sind auch der Einschluss des Gewässerschadenrisikos für Keller-Öltanks, die Einbeziehung künftiger Leistungsverbesserungen oder durch den Ausfall des Hausmeisters verursachte Mehrkosten. Wird für die Betreuung des Gebäudes jemand Drittes beauftragt, so ist diese Person ebenfalls mitversichert. Für Wohneigentümergemeinschaften ist die persönliche Haftpflicht des Verwalters oder Eigentümers bei Betätigung im Interesse der Gemeinschaft eingeschlossen.



Im Premium-Tarif Pro Domo HVK ist die Haftung als Bauleiter und Planer für Baumaßnahmen bis 50.000 Euro in den Versicherungsschutz eingebunden.

uniVersa-Kfz-Tarif mit erweiterter Neupreisentschädigung

(ac) Seit April hat die uniVersa einen neuen Kfz-Tarif mit verbesserten Leistungen im Angebot. In der Haftpflichtversicherung wurde die Deckungssumme je geschädigte Person von zwölf auf 15 Mio. Euro aufgestockt. In der Teilkaskoversicherung ist der neue Tarif nicht nur auf Haarwildschäden begrenzt, sondern leistet bei Kollisionen mit Tieren jeglicher Art. Mitversichert sind zudem Schäden durch Tierbisse, und zwar auch an Dämmmatten und Achsmanschetten. Bislang umfasste der Versicherungsschutz nur Marderbiss an Kabeln, Schläuchen und Leitungen. Für Folgeschäden hat die uniVersa die Entschädigungsgrenze von 1.000 auf 3.000 Euro erweitert.

Neupreisentschädigung auf 18 Monate ausgedehnt

In der Kaskoversicherung hat die uniVersa die Neupreisentschädigung erweitert: Bei Diebstahl, Totalschaden und Zerstörung bekommt der Versicherte bis zu 18 Monate nach Erstzulassung des Wagens den vollen Neupreis erstattet. Bei Unterbrechungen bleibt im neuen Kfz-Tarif der Schadenfreiheitsrabatt bis zu zehn Jahre erhalten. Nach einem Totalschaden werden in der Kaskoversicherung auch die Zulassungskosten bis zu 250 Euro bezahlt. Der Versicherungsschutz umfasst zudem Extras wie grobe Fahrlässigkeit sowie einen kostenfreien Rabattretter im Schadenfall. Zudem ist begleitetes Fahren unter 18 Jahren beitragsfrei mitversichert, ebenso zuschlagspflichtige Fahrzeug- und Zubehörteile bis 10.000 Euro. Bei der Tarifvariante Protect ist ein Reparaturservice inklusive Hol- und Bringservice, Leihwagen sowie Innen- und Außenreinigung integriert.

Basler relauncht Sach-Gewerbe-Sparte

(ac) Die Basler Versicherungen haben zum 01.04.2017 ihren Sach-Gewerbe-Relaunch umgesetzt. So gibt es nun die Bestands- und Innovationsgarantie (BIG), die in den Privatsparten bereits eingeführt wurde und die die Mitnahme aller Leistungen des Vorversicherers sowie den am Markt aktuellsten Versicherungsschutz umfasst, auch für die Gewerbesparte.

Mitversicherung von grober Fahrlässigkeit

Neben der BIG bietet der neue Sach-Gewerbe-Deckungsumfang nun in der Gebäude- und Inhaltsversicherung sowie der Betriebsunterbrechungsversicherung einen erweiterten Unterversicherungsverzicht und die Mitversicherung von grober Fahrlässigkeit. Der Gebäudeschutz sichert zukünftig auch Regie- und Verwaltungskosten ab, die häufig bei Reparaturen nach einem Schaden anfallen. Außerdem wurde unter anderem der Versicherungsschutz aufgrund von Schäden durch Blindgänger aus vergangenen Kriegsereignissen und um freiwillige Zuwendungen an Brandhelfer erweitert.

In der Inhaltsversicherung wurden die Bewegungs- und Schutzkosten zusätzlich um die Absicherung von Transport- und Lagerkosten ergänzt. Außerdem ist beispielsweise das Feuerwehrschlüsseldepot generell inklusiv. Zudem bietet die Elementardeckung neue, variable Selbstbehalte zwischen 500 und 25.000 Euro.

ALTE LEIPZIGER bringt Online-Rechner für Gewerbebereich

(ac) Seit April steht den Vermittlern der ALTE LEIPZIGER Versicherung AG ein neuer Online-Rechner für Gewerbeversicherungen zur Verfügung. Damit können Angebote und Anträge für Betriebshaftpflicht- und Geschäftsinhaltsversicherungen für die 200 wichtigsten Betriebsarten online berechnet, signiert und übermittelt werden.

Der Rechner eignet sich Unternehmensangaben zufolge vor allem für Einsteiger in das Gewerbegebächt, da die Berechnung mit vier Eingaben erledigt ist. Es werden nur die für die Berechnung notwendigen Felder angezeigt. Angebotsdaten können zudem gespeichert werden und sind erneut abrufbar. Der Online-Rechner kann überall aufgerufen werden und ist auch auf Tablets einsetzbar. Es sind kein Download und keine Installation erforderlich.

Anzeige

Mit der InterRisk immer ein Full-Haus!



Die Hausratversicherung der InterRisk jetzt auch mit FahrradPlus- und OnTour-Schutz

Die InterRisk-Hausratversicherung

- Drei leistungsstarke Konzepte zur Auswahl (L, XL und XXL)
- Günstigere Konditionen für Haushaltsneugründer
- 15 % Seniorennrabatt ab 60 Jahre
- Tägliches Kündigungrecht des Versicherungsnehmers



Auszug aus den Erweiterungen des XXL-Konzeptes

- Versicherung der Feuergefahr unter Verzicht auf die klassische Branddefinition
- Schäden durch Kurzschluss und Stromschwankungen
- Diebstahl von Gartenmöbeln und -geräten (auch zur Nachtzeit) ohne Begrenzung
- Diebstahl von sonstigem Garteninventar (z. B. Grills, Skulpturen) bis 10.000 €
- Keine versteckten Selbstbehale – auch nicht bei Elementarschäden
- 100 % Leistung bei grob fahrlässig verursachten Schäden ohne Höchstbetrag
- FahrradPlus-Schutz: Zusätzlicher Versicherungsschutz für Fahrräder und Elektrofahrräder
- OnTour-Schutz: Zusätzlicher Versicherungsschutz für „Außer-Haus“



Wir informieren Sie gerne ausführlich:
0611-27 87 -381 oder -382

www.interrisk.de

InterRisk
VIENNA INSURANCE GROUP

die Bayerische bietet neuen Schutz fürs Zuhause

(ac) Gemeinsam mit devolo, einem Anbieter von Smart-Home-Lösungen, hat die Versicherungsgruppe die Bayerische ein neues Konzept für die Sicherheit von Kunden in den eigenen vier Wänden entwickelt. Mit dem Paket „Safe Home“ unterstützt der Versicherer seine Kunden von der Auswahl und Installation der Geräte über Assistance-Leistungen bis zum Schadenfall bei Einbruch, Diebstahl, Feuer oder Wasser. „Safe Home ist ein in Deutschland einmaliges umfassendes Gebäudesicherheitskonzept mit vielen innovativen Komponenten“, sagt Martin Gräfer, Vorsitzender der Komposit-Tochter der Bayerischen. Safe Home kombiniert eine Allgefahren-deckung, nämlich die „Meine-eine-Police“ der Bayerischen, und das Smart-Home-System „devolo Home Control“ mit verschiedenen Bestandteilen wie beispielsweise einer Notfallhilfe. Mit ihr werden Hausbewohner im Notfall via App informiert.

Einzelne Elemente sind frei wählbar

Die Kunden können selbst festlegen, wie umfassend sie abgesichert sein möchten, und technische Maßnahmen wählen, die zum Schutz vor Schäden zusätzlich getroffen werden. Zur Einrichtung des Smart-Home-Systems bietet die Bayerische einen Installationsservice an. Der Monatsbeitrag umfasst die Kosten der Geräte, den Installationsservice sowie Schutzbrief, Notfallhelfer und die All-Risk-Deckung. Eine Startinvestition ist nicht nötig, nach Ablauf der Vertragslaufzeit gehört das devolo Home-Control-System dem Kunden.

Optionaler Schutzbrief mit weiteren Leistungen

Im Falle eines Schadens durch Einbruch, Feuer oder Wasser sind die Kunden finanziell abgesichert durch die „Meine-eine-Police“ der Bayerischen. Der Vertrag beinhaltet eine Haftpflicht-, eine Hausrat- und eine Glasversicherung und lässt sich um verschiedene Bausteine erweitern. Zusätzliche Leistungen wie etwa Notreparaturen, eine Notfallwohnung oder Kinderbetreuung bietet ein optionaler Schutzbrief.



Mit dem Gebäudesicherheitskonzept „Safe Home“ können Kunden selbst festlegen, wie umfassend sie ihr Heim absichern möchten.

FINLEX launcht neues Cyberbedingungswerk

(ac) Financial Lines Experts (FINLEX), Dienstleister für Versicherungsmakler auf dem Gebiet der Vermögensschadensversicherungen, hat ein Cyberbedingungswerk auf den Markt gebracht. Nach D&O und Strafrechtsschutz steht damit in einer weiteren Financial-Lines-Sparte ein einheitliches Bedingungswerk zur Verfügung, das standardmäßig von bis zu sechs Versicherern gezeichnet wird.

Beitrag zur Enthaftung des Maklers

Ein von allen Versicherern akzeptierter Risikofragebogen erleichtert Kunden und Maklern die Risikoerfassung. Über die Maklerplattform kann der Ausschreibungsprozess für die von FINLEX betreuten Kooperationsmakler und Inhousebroker durch einheitliche Bedingungen nicht nur zeitlich verkürzt, sondern auch in großem Umfang standardisiert werden, was zur wesentlichen Enthaftung des Maklers beiträgt. Dabei wird die Ausschreibung mit einem Zeitaufwand von wenigen Minuten bei mehreren Versicherern gestartet und die Angebote der angefragten Versicherer werden für den Makler auf Knopfdruck zusammengefasst. „Bisher musste ein Makler nicht nur die verschiedenen Bausteine eines Cyberwordings analysieren, sondern mangels eines Standards auch jedes einzelne Wort prüfen. Selbst wenn man dieselben Begriffe in verschiedenen Versicherungsbedingungen findet, heißt das noch lange nicht, dass auch dasselbe gemeint ist“, sagt Geschäftsführer Tomasz Kosecki.

Als Nächstes plant das Unternehmen die Einführung von dynamischen (Multi-Versicherer-)Antragsmodellen.

Ab Juni auch als Basisrente!

ALTE LEIPZIGER
ZUKUNFT BEGINNT HEUTE.



FLEX♪BEL

Klassik

Fonds

**Klassische Rente oder Fondsrente?
Warum entscheiden, wenn beides
jederzeit möglich ist?**

Mit AL_RENTEFlex mischen die Kunden ihren eigenen Anlagemix.

Mehr Informationen auf www.renten-hit-mix.de

Waldenburger schützt Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energien

(ac) In ihrer neuen Wohngebäudeversicherung bietet die Waldenburger Versicherung AG die Mitversicherung von Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energien wie Solarthermie- und Windkraftanlagen oder oberflächennaher Geothermie. Ergänzt wurde auch die Position „weiteres Gebäudezubehör“ um Luftwärmepumpen.

Zurich erweitert Schwere-Krankheiten-Schutz

(ac) Die Zurich Versicherung hat Anfang April ihre Absicherungsmodelle gegen die finanziellen Folgen von schweren Erkrankungen „Eagle Star Krankheits-Schutzbrief“ und „Eagle Star Erweiterter Krankheits-Schutzbrief“ ausgebaut. Es werden nun zusätzliche Erkrankungen wie zum Beispiel die Erkrankung des motorischen Nervensystems und Muskelschwund mitversichert. Außerdem wurde die pauschale Höhe der Teilleistungen, die bei Erkrankungen mit geringerem Schweregrad gezahlt werden, von bisher 15.000 Euro auf 25.000 Euro erhöht.

Eine Neuerung gibt es auch für Kinder, die zunächst kostenlos beim jeweiligen Elternteil mitversichert sind. Sie können bei Ablauf der Kindermitsicherung im Alter von 18 Jahren bzw. maximal 21 Jahren nach Beendigung ihrer Ausbildung oder eines Studiums innerhalb von sechs Monaten ohne erneute Gesundheitsprüfung einen eigenen Dread-Disease-Schutz in Höhe von bis zu 35.000 Euro abschließen. Darauf hinaus hat sich auch die Summe der vorherigen kostenlosen Mitversicherung von zuvor maximal 25.000 Euro auf nun 35.000 Euro erhöht.

Absicherung von Profisportlern und bei gefährlichen Hobbys möglich

Durch eine Anpassung der Risiko-annahmerichtlinie können nun – je nach Sportart – auch Profisportler versichert werden. Außerdem wurde der pauschale Ausschluss gefährlicher Hobbys und Freizeitbeschäftigungen in den Allgemeinen Versicherungsbedingungen entfernt und das Produkt im Todesfall um einen vorläufigen Versicherungsschutz erweitert.

Im Tarif Premium Plus ist zudem ab sofort die Marktgarantie eingeschlossen. Damit leistet die Waldenburger Versicherung auch für Risiken, die im vereinbarten Versicherungsschutz oder hinsichtlich der Entschädigungsgrenzen nicht vollständig eingeschlossen sind, jedoch über einen anderen Versicherer bzw. dort mit höheren Sublimits gedeckt werden könnten. Des Weiteren umfasst der neue Wohngebäudeschutz Premium Plus unter anderem die Mitversicherung grober Fahrlässigkeit, unlimitiert für den Quadratmetertarif bis 250 m², sowie Schutz für externe Lagerkosten und Blindgängerschäden.

NV baut Produktreihe „grün versichert“ aus

(ac) Die NV hat nun auch für ihre Wohngebäudeversicherung Tarife mit Mehrleistungen bei nachhaltiger Lebensweise für ihre Kunden im Angebot. NV WohnhausPremium „grün versichert“ und NV Wohnhausmax. 2.0 „grün versichert“ ergänzen die Reihe grüner Produkte des Versicherers. Bei den beiden neuen Varianten der Wohngebäudeversicherung beteiligt sich die NV an den Mehrkosten für die Wiederbeschaffung bzw. Reparatur über nachhaltige Betriebe und für die Wiederbeschaffung von Heizungsanlagen mit der höchsten Effizienzklasse. Besteht für die Heizungsanlage zusätzlich eine anerkannte Zertifizierung, zahlt der Versicherer bei der Premium-Variante bis zu 60% der Mehrkosten. Die Nachhaltigkeitsklausel der NV WohnhausPremium „grün versichert“ beinhaltet auch alle Bestandteile der Wärmeversorgung außerhalb des Gebäudes auf dem versicherten Grundstück.

Mit dem Ausweiten der grünen Tarife auf die Wohngebäudeversicherung stehe NV kurz davor, alle Produkte mit Nachhaltigkeitsklauseln zu versehen, wie NV-Vorstand Arend Arends unterstreicht. Kunden können sich mit Wahl eines

Tarifs aus der Reihe „grün versichert“ für mehr Nachhaltigkeit einsetzen. Die Beitragseinnahmen investiert die NV in nachhaltige Kapitalanlagen und unterstützt ein Waldpflanzprojekt in Zusammenarbeit mit WeForest.



© megam - fotolia.com

Die NV beteiligt sich an den Mehrkosten für die Wiederbeschaffung von Heizungsanlagen mit der höchsten Effizienzklasse.

Autohäuser können sich mit neuer Police der Helvetia absichern

(ac) Um den vielfältigen Versicherungsbedarf von Autohäusern zu decken, bietet die Helvetia Versicherung eine Multi-Risk-Autohauspolice. Wie die Helvetia unterstreicht, sind Autohäuser mit ihren Gebäuden, Verkaufsräumen, einer hochwertigen Werkstattausstattung sowie dem Bestand an Neu- und Gebrauchtwagen unterschiedlichen Gefahren ausgesetzt. Das reicht vom Diebstahl von Fahrzeugen oder Navigationstechnik über einen Brand aufgrund eines technischen Defekts bis hin zu Hagelschäden am gesamten Fuhrpark. Anzahl und Kosten der Schäden sind laut Versicherer in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Bei Helvetia Business Autohaus sind nun alle für Autohäuser relevanten Versicherungen in einem Vertrag zusammengefasst. Der Kunde erhält einen Versicherungsschein und eine Gesamtprämie. Deckungslücken oder Doppelversicherungen werden somit vermieden und der Verwaltungsaufwand verringert sich.

Neue Police bietet erweiterten Leistungskatalog
Die neue Multi-Risk-Autohauspolice der Helvetia enthält unter anderem eine Betriebshaftpflicht einschließlich der für Autohäuser notwendigen

Zusatzhaftpflicht für Handel- und Handwerkversicherung bei Schäden, die von Beschäftigten verursacht werden. Zudem umfasst der Vertrag eine Umwelthaftpflicht- und Umweltschadenversicherung, eine Privathaftpflichtversicherung für den Geschäftsführer und/oder Eigentümer sowie Ertragsausfall-, Gebäude-, Inhalts- und Glasversicherung als Schutz bei Sachschäden, die unter anderem durch Feuer, Einbruchdiebstahl, Leitungswasser, Sturm, Hagel oder andere Elementarereignisse ausgelöst werden. Des Weiteren umfasst die Police eine Kfz-Versicherung mit Kfz-Haftpflicht-, Kfz-Kasko- sowie Kfz-Handel- und Handwerkerversicherung für alle eigenen zugelassenen und nicht zugelassenen Fahrzeuge inklusive roter Dauer- und Kurzzeitkennzeichen sowie fremde Fahrzeuge in Werkstatt- oder Händlerobhut.

Helvetia Business Autohaus sieht Höchstersatzleistungen statt klassischer Versicherungssummen im Versicherungsfall vor. Die Prämie wird auf Basis des Jahresnettoumsatzes, des gewählten Selbstbehaltens, der Automarke, der regionalen Lage und dem individuellen Schadenverlauf des Autohauses berechnet.

Anzeige

IHR PLUS: UNSERE LEIDENSCHAFT FÜR TECHNIK.
Die Technischen Versicherungen von R+V – maßgeschneiderte Lösungen für Ihre Firmenkunden.

Vertrauen Sie einem Partner mit exzellentem, technischem Know-how. Ganz gleich, ob Sie Maschinen, Bauleistungen, Montage oder Elektronik versichern möchten – unsere Experten engagieren sich mit Herzblut für die speziellen Anforderungen Ihrer Firmenkunden und stehen Ihnen jederzeit kompetent zur Seite. Jetzt mehr erfahren bei Ihrem Maklerbetreuer oder auf www.makler.ruv.de

ZAHLEN

zur Bedeutung der Versicherungsbranche für Wertschöpfung und Arbeitsmarkt in Deutschland

Insgesamt

90

Mrd. Euro trägt die Versicherungswirtschaft insgesamt zur Bruttowertschöpfung in Deutschland bei.

1,2

Millionen Jobs

sichert die Versicherungswirtschaft in Deutschland über direkte, indirekte und Konsumeffekte.

2,7%

Für insgesamt

der Erwerbstätigen, gemessen an der deutschen Volkswirtschaft 2015, ist die Assekuranz verantwortlich.

3,3%

beträgt der Anteil

der Assekuranz am Bruttoinlandsprodukt (BIP) auf Basis von Daten des Jahres 2015.

50

Um fast

Mrd. Euro hätte sich das BIP 2014 ohne den Anteil der Versicherungswirtschaft verringert.

(Quelle: GDV – Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft; eigene Darstellung)

Swiss Life erweitert bAV-Portfolio für Produktfamilie Maximo

(ac) Swiss Life Deutschland hat seine Maximo-Tariffamilie in der betrieblichen Altersversorgung (bAV) um weitere Produktfeatures ausgebaut: Für die bAV-Produktlinien „Swiss Life Maximo“ und „Swiss Life Maximo Kompakt“ gibt es nun unter anderem die Möglichkeit, während der Vertragslaufzeit eine zusätzliche Todesfallleistung in Form einer Kapital- oder Rentenzahlung einzuschließen. Die bereits vorhandene Option einer Beitragsbefreiung bei Berufsunfähigkeit hat Swiss Life ausgedehnt: Mit „Beitragsbefreiung Plus“ ist es nun in der Direktversicherung möglich, den Beitrag für die bAV im Falle einer Berufsunfähigkeit in dynamisierter Form fortzusetzen, um dem Wertverlust durch Inflation vorzubeugen.

Nun auch ungezillmerte Tarife

Der Versicherer bietet zudem eine größere Auswahl an Abschlusskostenvarianten, die individuell am jeweiligen Beratungsbedarf ausgerichtet werden können. Diese umfassen nun auch ungezillmerte Tarife, bei denen die Abschlusskosten als laufende Provision auf die gesamte Beitragszahlungsdauer verteilt werden. Wie Swiss Life mitteilt, steht zudem ein echter Honorartarif ohne jede Provisionszahlung zur Verfügung.

Option auf 80% Garantieniveau in der bAV

Als weitere Neuerung haben Swiss Life-Kunden nun die Möglichkeit, mit Maximo in der bAV ihr Garantieniveau auf 80% zu senken. Wie Dr. Matthias Wald, Leiter Vertrieb von Swiss Life Deutschland, unterstreicht, sei dies vor allem für Gesellschafter-Geschäftsführer sowie arbeitgeberfinanzierte Pläne interessant, aber auch für Kunden, die in der Entgeltumwandlung höhere Renditechancen nutzen wollen.



© Swiss Life

Dr. Matthias Wald, Leiter Vertrieb von Swiss Life Deutschland: Absenkung des Garantieniveaus vor allem für Gesellschafter-Geschäftsführer interessant.

VHV-Kunden können Telematikbox künftig kostenfrei nutzen

(ac) Seit April erhalten Versicherte beim Telematiktarif der VHV Vereinigten Hannoverschen Versicherung a.G. den Telematikstecker fürs Auto kostenfrei. Die Box dokumentiert über GPS und verschiedene Sensoren die Daten und überträgt unterschiedliche Angaben zu Geschwindigkeit, Beschleunigung, Bremsmanöver und Kurvenverhalten, Tageszeit der Fahrt und Straßentyp. Liegen die Parameter über dem Durchschnitt, bekommt der Versicherte im VHV TELEMATIK GARANT bis zu 30% Rabatt. Über ein Internetportal und eine App können Kunden ihre individuellen Fahrdaten einsehen, der Versicherer hat keinen Zugriff auf die Daten. Er bekommt nur einen neutralen Durchschnittswert übermittelt, den ein externer Dienstleister aufbereitet hat. Nutzer haben die Möglichkeit, über eine Sharing-Funktion ihr gutes Fahrverhalten mit Freunden zu teilen.

Telematikbox hat Sicherheitsfunktionen integriert

Neben den Sparmöglichkeiten bietet der Stecker den Versicherten auch Sicherheitsfunktionen. So wird bei einem Unfall automatisch ein Notruf durch die Box abgesetzt. Hat der Fahrer eine Autopanne, kann er manuell einen Notruf auslösen und die VHV-Pannenhilfe meldet sich automatisch in wenigen Sekunden. Bei einem Fehlalarm kommt die VHV für die Einsatzkosten auf. Wird der Wagen gestohlen, meldet die Box einen Alarm auf das Handy des Fahrers. In seiner App oder im Telematik-Portal kann der Kunde den Standort seines Autos ermitteln.

Gothaer ist mit neuer Krankenzusatzversicherung auf dem Markt

(ac) Den neuen Krankenzusatztarif „MediClinic“ der Gothaer Krankenversicherung gibt es in drei verschiedenen Ausprägungen: MediClinic Basis, MediClinic Plus und MediClinic Premium. Damit haben auch gesetzlich Krankenversicherte die Möglichkeit einer privatärztlichen Behandlung in der Klinik. Die Tarife Plus und Premium bieten privatärztliche Leistungen bei jedem medizinisch notwendigen Krankenhausaufenthalt, der Basis-Tarif nur nach einem Unfall. Zusätzlich umfassen die Varianten Plus und Premium Rooming-in: Ein Elternteil eines versicherten Kindes bis zu zehn Jahren kann mit dem Sprössling in der Klinik übernachten. Alle Tarife treten ohne Wartezeiten sofort in Kraft, beim Basis-Tarif ist außerdem keine Gesundheitsprüfung erforderlich.

Gothaer setzt auf einfache Abrechnung

Wie der Versicherer unterstreicht, habe man bei dem neuen Tarif besonderen Wert auf ein unkompliziertes Handling gelegt. So erfolgt die Abrechnung mit dem Krankenhaus bei der Basis-Variante von MediClinic mit einer Kostenübernahmeverklärung und in den Tarifen Plus und Premium über die GothaerCard. Versicherte können erhaltene Arztrechnungen über die Gothaer Rechnungs-App einreichen.

Mit Strom und Gas zu mehr Vertriebserfolg!

- ✓ Neuer Beratungsansatz, der Türen öffnet
- ✓ Ersparnisse realisieren, die Ihre Kunden begeistern
- ✓ Ersparnis Ihrer Kunden in Absicherung und Vorsorge investieren
- ✓ Zusätzliche Provisionen verdienen

**5KLICKS
5MINUTEN
500EURO**

PROCHECKst Du schon?

Mehr Infos unter
www.procheck24.de

ARAG sichert KMU gegen Cyberrisiken ab

(ac) Mit dem neuen ARAG CyberSchutz können sich kleine und mittelständische Unternehmen gegen finanzielle Schäden aufgrund von Hackerattacken oder Cyberkriminalität absichern. Der CyberSchutz bietet Unternehmen Unterstützung eines IT-Experten, um nach einer Online-Attacke oder nach Datenmissbrauch die Sicherheitslücke zu schließen und schnell wieder handlungsfähig zu sein. Fallen Versicherte beispielsweise einem Phishing-Angriff zum Opfer und werden größere Summen vom Geschäftskonto entwendet, kommt die ARAG für den finanziellen Schaden auf.

Werden durch Hacker sensible Kundendaten gestohlen und sieht sich das Unternehmen daher dem Vorwurf einer Datenschutzverletzung ausgesetzt, übernimmt der ARAG CyberSchutz die Kosten für Rechtsberatung durch einen Anwalt und die Verteidigung in einem Strafverfahren. Die Deckung greift auch, wenn sich durch den Hackerangriff zeigt, dass Datenschutzverordnungen tatsächlich unzureichend berücksichtigt wurden. Beim Vorwurf einer Datenschutzverletzung von Medien oder in sozialen Netzwerken umfasst der ARAG CyberSchutz der ein professionelles Krisenmanagement.

Zusätzliche Leistungen mit dem ARAG CyberSchutz Plus

Mit dem CyberSchutz Plus bestehen weitere Möglichkeiten der Absicherung. Dazu zählen etwa ein Rechtsschutz beim Vorwurf von Urheberrechtsverstößen im Internet, wenn beispielsweise Fotos ohne Zustimmung des Urhebers auf der betrieblichen Facebook-Seite veröffentlicht werden. Ist die Geschäftstätigkeit des Unternehmens durch eine Hackerattacke unterbrochen, kommt die Cyber-Ertragsausfall-Versicherung für Umsatzeinbußen auf. Werden bei einer Cyberattacke Kunden geschädigt, etwa durch die unwissentliche Weiterleitung von Computerviren, umfasst der CyberSchutz Plus eine Cyberhaftpflicht über den normalen Haftpflichtschutz hinaus.

Versicherungssummen

Bei ungezielten Online-Attacken durch Viren sind Schäden bis 5.000 Euro abgesichert. Gezielte Angriffe etwa durch Hacker sind im Rahmen des normalen CyberSchutz bis 100.000 Euro abgedeckt, in der Plus-Variante bis 250.000 Euro. Die Selbstbeteiligung beträgt 500 Euro.



Der CyberSchutz bietet Unternehmen Unterstützung eines IT-Experten, um nach einer Online-Attacke oder nach Datenmissbrauch die Sicherheitslücke zu schließen.

Continentale: Fondsgebundene Rente mit flexibler Garantie

(ac) Mit der „Rente Garant“ hat die Continentale Lebensversicherung ein neues fondsgebundenes Produkt im Angebot, bei dem die Kunden selbst entscheiden, wie viel Prozent ihrer Altersvorsorgebeiträge zum Rentenstart mindestens vorhanden sein sollen. Die Versicherten setzen das Niveau der Beitragsgarantie zu Vertragsbeginn fest. Möglich sind zwischen 50 und 100% in Fünf-Prozent-Schritten. Einen Teil der Beiträge legt die Continentale klassisch mit einer garantierten Verzinsung an. Beitragsteile, die nicht für die Garantie gebraucht werden, sowie Zinsüberschüsse aus der klassischen Anlage investiert der Versicherer in vom Kunden gewählte Fonds.

Ablaufmanagement und Schutz bei Arbeitskraftverlust

Für die frei wählbare Anlage können Versicherte aus über 80 Fonds und verschiedenen Depots mit unterschiedlichen Anlageschwerpunkten und Risikoklassen wählen. Kombinierbar sind bis zu zehn Fonds ohne Ausgabeaufschläge. Fünf Jahre vor Rentenbeginn haben Kunden die Möglichkeit, ein Ablaufmanagement zu starten und das Fonds-guthaben auf drei verschiedene Arten in sicherere Anlageklassen umzuschichten. Wie die Continentale betont, könnten die Sparer so die Risiken vor Rentenbeginn verringern. Damit die Beiträge im Falle einer Berufs- oder Erwerbs-unfähigkeit weiterbezahlt werden, kann die Altersvorsorge zusätzlich finanziell abgesichert werden.

„Rente Garant“ als Riester-Produkt

Die neue fondsgebundene Rente hat die Continentale auch als zertifiziertes Riester-Produkt im Angebot. Hierbei ist das Beitragsgarantieniveau festge-
setzt auf 100%.

Viridium Gruppe erwirbt Versicherungsbetrieb von Protektor

(ac) Die Protektor Lebensversicherungs-AG gibt ihren Versicherungsbestand ab: Rund 100.000 Lebensversicherungsverträge, die die Auffanggesellschaft seit 2003 aus dem Vertragsbestand der ehemaligen Mannheimer Lebensversicherung AG betreut, will die Viridium Gruppe nach Abschluss aufsichtsrechtlicher Prüfungen erwerben. Eine Vereinbarung sei unterzeichnet, wie Viridium meldet. Bei dem Bestand handelt es sich weitestgehend um klassische Lebensversicherungspoliken mit garantierten Leistungen. Nach erfolgter Transaktion wird die Viridium Gruppe als Spezialist für das Management von Lebensversicherungsbeständen knapp über eine Million Versicherungsverträge und ein Vermögen von rund 14,6 Mrd. Euro verwahren. Für die Versicherungsnehmer bleibe trotz Transaktion Kontinuität gewahrt, so Dr. Heinz-Peter Roß, Vorsitzender des Vorstands der Viridium Gruppe. Er betont, dass die Versicherungsnehmer

künftig von Kostenvorteilen und einer deutlich größeren Organisation profitieren werden.

Ablauf der Transaktion

Im Vorfeld wird Protektor transaktionsbedingt den Versicherungsbetrieb in eine neu zu gründende Versicherungsgesellschaft ausgliedern. Auch die Mitarbeiter des Lebensversicherungsbetriebs wechseln in diese Gesellschaft. Sobald die Transaktion abgeschlossen ist, soll der Lebensversicherungsbetrieb der Protektor unter neuer Firmierung als eigenständige Tochtergesellschaft in die Viridium Gruppe integriert werden. Der amtierende Protektor-Vorstand Rudolf Geburtig soll künftig dem Vorstand der neuen Tochtergesellschaft angehören. Alle Beschäftigten des Lebensversicherungsbetriebs von Protektor werden übernommen und sollen die Eingliederung in die Viridium Gruppe begleiten.

Anzeige

INTER Mein Leben®

INTER Makler Service

Die neue Art der Altersvorsorge

- Anlage von Klassik bis Fonds
- ETF-Palette von iShares
- Rentenfaktor für jedes Jahr bis Alter 85 garantiert
- Anlaufmanagement für Einmalbeläge
- Strategieassistent für das Gesamtguthaben
- Individuelles Ablaufmanagement



Makler Service Management LV
Telefon 0621 427-2728
maklerservice@inter.de



Finanzielle Stärke – Ein wichtiges Kriterium in der Kundenberatung

Interview mit Dr. Walter Botermann, Vorstandsvorsitzender, und Frank Kettnaker, Vertriebsvorstand, des ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzerns

Der ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern liegt mit seinem ertragreichen Geschäftsmodell weiterhin gut im Rennen. Dafür sprechen sowohl die Geschäftszahlen 2016 des serviceorientierten Maklerversicherers als auch die Finanzstärke laut Solvency II.

Herr Dr. Botermann, wie schwer ist es, ein Versicherungsunternehmen in und durch die jetzigen Zeiten mit Niedrigzins, Regulierung, Aufsicht und oft auch öffentlicher Kritik zu führen?

Dr. Walter Botermann Es ist meinen Kollegen und mir eine große Freude, die Konzerngesellschaften gemeinsam durch die zunehmende Komplexität in der Versicherungsbranche zu führen. Viele Themen werden im Konzern frühzeitig identifiziert und einer Lösung zugeführt. Oberstes Ziel ist es, die Leistungsversprechen, die wir unseren Kunden gegeben haben, dauerhaft einlösen zu können. Mit unserer Kapitalausstattung und den hohen Sicherheitsmitteln, die wir in den zurückliegenden Jahren auf- und ausgebaut haben und treuhänderisch für unsere Kunden verwalten, unternehmen wir alles, um diese Zusagen auch bei lang anhaltendem Niedrigzinsumfeld einzuhalten. Unsere Branche trägt mit qualifizierter Beratung der Vermittler dazu bei, Risiken abzufangen und Versorgungslücken zu schließen.

Ihrem Konzern scheint das Manövrieren durch die Herausforderungen auch im vergangenen Jahr gut gelungen zu sein, wie die im April vorgelegten Geschäftszahlen zeigen.

WB Wir können in der Tat von einem starken Geschäftsjahr sprechen. Die ALTE LEIPZIGER Leben erhöhte ihre Beitragseinnahmen um 0,7% auf rund 2,4 Mrd. Euro und festigte damit ihren Platz unter den Top Ten der Branche. Das Neugeschäft lag mit 921 Mio. Euro sogar über dem sehr guten Vorjahr. Die Branche verzeichnete einen Rückgang von 2,9%. Der Zinszusatzreserve wurden fast 400 Mio. Euro zugeführt

und das Eigenkapital weiter auf 844 Mio. Euro erhöht. Wir verzeichneten zum 31. Dezember mit 289% eine hohe Überdeckung der Risikokapitalanforderungen – ganz ohne Übergangsmaßnahmen und Volatility Adjustment. Das unterstreicht die langfristige Erfüllbarkeit all unserer Verpflichtungen inklusive der notwendigen Zuführungen zur Zinszusatzreserve.

Auch die HALLESCHE ist gewachsen. Nicht durch Beitragsanpassungen, die für unsere Kunden erneut sehr moderat ausfielen, sondern insbesondere im Neugeschäft. Die versicherungsgeschäftliche Ergebnisquote stieg auf 16,5%, sodass auch für die Folgejahre umfassende Mittel zur Verfügung stehen, um Beitragsanpassungen zu minimieren und leistungsfreien Kunden eine attraktive Beitragsrückerstattung zu bieten. Unser Krankenversicherer ist kerngesund und weist fast das Siebenfache des aufsichtsrechtlich vorgeschriebenen Solvabilitätsdeckungsgrads auf.

Herr Kettnaker, wie wichtig sind die genannten Kennzahlen und Solvenzquoten in der Zusammenarbeit mit Maklern?



„Wir bekennen uns zu Garantien und haben uns eben nicht von deckungsstockgestützten Lösungen in der Lebensversicherung verabschiedet. Das liegt [...] daran, dass wir uns Garantien weiterhin leisten wollen.“

Dr. Walter Botermann

„Gerade bei lang laufenden Verträgen mit hohen Beitragsvolumina, zum Beispiel in der BU, Altersvorsorge oder Krankenvollversicherung, ist die Auswahl auf Basis wichtiger Kennzahlen nicht mehr wegzudenken.“

Frank Kettnaker



Frank Kettnaker Sehr wichtig, unsere Vertriebspartner bewerten längst nicht mehr nur die Bedingungsqualität oder kurzfristige Preisvorteile der Anbieter. Gerade bei lang laufenden Verträgen mit hohen Beitragsvolumina, zum Beispiel in der BU, Altersvorsorge oder Krankenvollversicherung, ist die Auswahl auf Basis wichtiger Kennzahlen nicht mehr wegzudenken.

Denken Sie, dass Sie als Maklerversicherer auch weiterhin so gute Vertriebsergebnisse erzielen können?

FK Zumindest 2017 hat vertrieblich vielversprechend begonnen. Das Gros unserer Produkt- und Vertriebsschwerpunkte liegt im beratungsintensiven Geschäft. Als serviceorientierter Maklerversicherer müssen wir uns täglich am Markt beweisen und Vertriebspartner sowie Endkunden mit hoher Produkt- und Servicequalität überzeugen. Unser Konzern verfügt über ein ertragreiches Geschäftsmodell und eine starke finanzielle Basis, um die erforderlichen Investitionen in den zukünftigen Erfolg zu tätigen.

In welchen Bereichen wird der Schwerpunkt liegen?

FK Außer im Privatkundengeschäft sind wir auch im betrieblichen Bereich ein gern gewählter Anbieter. Dank unserer Marktposition in der bAV können wir gemeinsam mit unseren Vertriebspartnern von den geplanten Neuerungen, etwa der Ausweitung der steuerlichen Förderung, profitieren. In der bKV gelang es, den Umsatz 2016 zu verdreifachen. In diesem sicher noch überschaubaren Markt darf sich die HALLESCHE ebenso zu den bevorzugten Anbietern zählen wie in der Vollversicherung. Mit den Zahntarifen Dent ist es gelungen, bei den Zusatzversicherungen neue Absatzimpulse zu generieren. In der privaten Altersvorsorge setzen wir darauf, die Balance zwischen Sicherheit und Ertrag im Sinne der Kunden abzubilden. Auch um uns als Lebensversicherer klar von Kapitalanlagegesellschaften zu differenzieren.

Noch frisch auf dem Markt ist Ihr neuer Rentenversicherungstarif. Soll dieser Ihre bisherigen Altersvorsorgeprodukte eher ablösen oder ergänzen?

WB Wir bekennen uns zu Garantien und haben uns eben nicht von deckungsstockgestützten Lösungen in der Lebensversicherung verabschiedet. Das liegt zum einen daran, dass wir uns

Garantien weiterhin leisten wollen. Und, wie Kollege Kettnaker eben dargestellt hat, auch daran, dass viele Kunden bei ihrer Altersvorsorge kein zu hohes Risiko eingehen wollen – zumindest nicht bis zum Schluss. Unsere bisherigen fondsgebundenen Lösungen führen wir in allen Schichten fort. Mit unserem neuen Rentenversicherungsprodukt AL_RENTE^{Flex} können Kunden während der gesamten Ansparphase selbst wählen, ob sie ihre Beiträge in die klassische Anlage zum Garantiezins, in einen oder mehrere der rund 90 Fonds oder in beides investieren.

Digitalisierung und Automatisierung waren in den vergangenen Monaten große Themen der Branche. Hat sich schon herauskristallisiert, welche Entwicklungen nachhaltig sind?

FK Versicherer müssen ihre bestehenden Geschäftsprozesse konsequent vom Kunden her überdenken. Wichtige Kriterien für Nachhaltigkeit sind Wertschöpfung und Nutzen. So bauen wir unter anderem unsere Multikanalfähigkeit sukzessive aus, damit Vermittler und Kunden ohne Medienbruch mit uns kommunizieren können. Auch die Optimierung technischer Schnittstellen und der Ausbau der Dunkelverarbeitung für standardisierte Geschäftsvorfälle haben hohe Priorität. Sehr gute Erfahrungen haben wir zum Beispiel in der Krankenversicherung mit der Rechnungseinreichung per App gemacht und diesen Service weiter ausgebaut.

Auch mit InsurTechs beschäftigen Sie sich. Bei manchen Geschäftsmodellen waren Sie bisher skeptisch. Wie positionieren Sie sich heute in diesem Bereich?

FK Auch hier ein aktuelles Beispiel: Unsere neue Kunden-App, die nicht nur Versicherten unseres Konzerns offensteht, bietet neben der Multibanking-Funktionalität einen digitalen Versicherungsordner, in dem auch Fremdverträge geführt werden können. Und zwar ohne dass der Kunde damit einen Betreuungswechsel auslöst oder eine neue Maklervollmacht erteilt wird. Hier nutzen wir selbstverständlich Ideen und technisches Know-how am Markt und kooperieren mit Fin- und InsurTechs. Wir streben an, solche Digitalisierungsprojekte künftig noch viel stärker spartenübergreifend im Konzern miteinander zu vernetzen, um nicht zuletzt unseren gemeinsamen Kunden und Vermittlern durchgehend hohe Standards zu bieten. Neben der bekannt hohen Produktqualität werden wir uns künftig verstärkt auf eine exzellente Prozess- und Servicequalität fokussieren. ■

BU- und Pflegeschutz: Hoher Bedarf bei Mitarbeitern des Gesundheitswesens

Interview mit Friedhelm Gieseler, Geschäftsführer der KlinikRente Versorgungswerk GmbH

Das Versorgungswerk KlinikRente (www.klinikrente.de) bietet seit Ende 2015 eine konsortiale Berufsunfähigkeitsversicherung für Beschäftigte im Gesundheitswesen. Mit der Geschäftsentwicklung ist das Unternehmen zufrieden, sieht aber weiterhin viel Potenzial. Aktuell hat die KlinikRente ihr Angebot zudem um eine Pflegeversicherung ergänzt.

Herr Gieseler, mehr als 7.000 BU-Verträge wurden mittlerweile über die KlinikRente abgeschlossen. Liegen Sie damit bei Ihren Zielvorstellungen?

Über 7.000 BU-Verträge schon eineinhalb Jahre nach der Einführung Ende 2015 haben unsere Zielvorstellungen klar übertroffen. Das Versorgungswerk wendet sich andererseits mit der BU an ca. 5 Millionen Beschäftigte in der Gesundheitswirtschaft, plus deren Angehörige. Ausgenommen sind lediglich die niedergelassenen Ärzte. Insofern bleibt trotz des guten Starts noch sehr viel zu tun. Dass sich der Trend fortsetzt, zeigen auch die 1.500 Neuverträge im ersten Quartal 2017.

Welche Berufsgruppe konnten Sie damit insbesondere erreichen?

Generell richtet sich die BU an alle Beschäftigten in der Gesundheitsbranche, ganz unabhängig vom Beruf. Aber natürlich liegt ein Schwerpunkt bei der Gruppe der verschiedenen Pflegeberufe. Sie stellt den größten Beschäftigtenanteil und hat bei den relativ schweren Tätigkeiten auch einen hohen Bedarf.“

„Generell richtet sich die BU an alle Beschäftigten in der Gesundheitsbranche, [...] aber natürlich liegt ein Schwerpunkt bei der Gruppe der verschiedenen Pflegeberufe. Sie [...] hat bei den relativ schweren Tätigkeiten auch einen hohen Bedarf. Seit Beginn sind aber schon viele Berufsgruppen der Gesundheitswirtschaft erreicht worden, darunter übrigens auch Verwaltungsangestellte der Krankenhäuser und Sozialversicherungsangestellte. Ganz besonders schön ist, dass bereits 20% der Abschließenden Auszubildende und Studenten sind. Offensichtlich wird der Bedarf der BU-Absicherung immer mehr von jungen Leuten erkannt.“

Wo sehen Sie hier noch das meiste Potenzial?

Insgesamt besteht bei der Absicherung der BU in Deutschland ein hoher Nachholbedarf. Wenn wir mit der bAV in Krankenhäusern und Pflegeeinrichtungen unterwegs sind, erleben wir immer wieder, wie wichtig eine BU-Absicherung ist: Wer berufsunfähig wird und nicht abgesichert ist, steht da ganz schnell mal vor einem finanziellen Desaster.

KlinikRente wird sich in Zukunft vor allem auf die Information und Aufklärung junger Berufsstarter im Gesundheitswesen konzentrieren. Wenn sich Menschen absichern sollen, müssen sie auch die Bedingungen kennen, unter denen dies erfolgen kann, und da sehen wir einen hohen Informationsbedarf.

Wie und wo werden die Verträge insbesondere abgeschlossen?

Alle Vertriebskanäle werden gut genutzt. Ein beträchtlicher Anteil liegt auch bei den Maklern. Auffällig ist, dass die elektronische Plattform *vers.diagnose* von Versicherungsmaklern oft genutzt wird. Gerade für diesen Vertriebsweg ist das ein optimales Medium, da vor allem junge Kunden die Informationen über die Versicherbarkeit gerne sofort haben wollen. Für den Makler ist der große Vorteil von *vers.diagnose*, dass der Vermittler hier ein verbindliches Votum erhält. So kann der Antrag innerhalb von kurzer Zeit poliert werden.

Welche Möglichkeiten haben Versicherungsmakler, Beschäftigte im Gesundheitswesen zu erreichen?

Jeder Neunte arbeitet im Gesundheitswesen. Deshalb bietet es sich für jeden Makler oder Finanzdienstleister an, die Bestände zu überprüfen und dann gezielt auf die BU anzusprechen. Wir beobachten, dass immer mehr Kolleginnen und Kollegen sich spezialisieren, zum Beispiel auf eine bestimmte Zielgruppe oder auf einen bestimmten Bedarf wie die BU-Absicherung. Das schafft bei der Kundenansprache natürlich einen erheblichen Know-how-Vorsprung, der sich in höherem Umsatz auszahlt.

Der Wettbewerb in der BU-Versicherung ist groß. Wenn Sie das Angebot der KlinikRente in Kürze beschreiben müssten, was würden Sie betonen?

Die gemeinsame Trägerschaft von Swiss Life, Allianz und R+V hat es erstmals ermöglicht, auch für Beschäftigte im Gesundheitswesen die Vorteile eines Konsortiums auf die Berufsunfähigkeit zu übertragen. Dabei geben die Federführer – bei KlinikRente.BU die Swiss Life und bei KlinikRente.BUÄ (für angestellte Ärzte) die Allianz – die ganz spezifischen Preis-Leistungs-Vorteile an den Konsortialvertrag weiter. Auch Ehepartner, Lebensgefährten und Kinder von versicherten Personen dürfen diese Vorteile nutzen. Dabei gilt: Einmal versichert, immer versichert – auch bei einem Branchenwechsel bleibt der individuelle Schutz der Versicherten bestehen. Hinzu kommen noch branchenspezifische Bedingungsvorteile wie die umfassende Infektionsklausel, die Arbeitsunfähigkeitsoption und andere.

Was spricht aus Maklersicht für das Angebot?

Immer wenn die Rahmenbedingungen schwieriger werden, bewähren sich die Spezialisierung und die Konzentration auf eine Zielgruppe. KlinikRente kann gleich mit zwei Alleinstellungsmerkmalen punkten: erstens mit der Stabilität eines starken Konsortiums und zweitens mit den branchenspezifischen Kosten- und Bedingungsvorteilen. Mit der Honoriierung nach Einzeltarif wird der erhebliche Beratungs- und Aufklärungsaufwand auch adäquat vergütet. Derzeit beobachten wir, dass immer mehr erfolgreiche Makler einen klaren Zielgruppenfokus entwickeln. Sie nutzen die Angebote des Branchenversorgungswerkes für die bAV in den Unternehmen und für die BU im Privaten. Da die BU auf der privaten Ebene der Arbeitnehmer bleibt, fallen für den Makler auch administrative Aufwendungen und Risiken der bAV, zum Beispiel die Organisation der Portabilität, weg.

Seit 01.01.2017 gibt es Ihre BU-Versicherung auch mit Pflegeanschlussoption. Was beinhaltet diese?

Dazu muss ich etwas ausholen. Bei der KlinikRente.BU können die Kunden

zwischen folgenden Varianten wählen: Bei der Care-Option wird die garantierte BU-Rente lebenslang weitergezahlt, wenn bei Ablauf der Leistungsdauer eine Pflegebedürftigkeit vorliegt. Die Care-Plus-Option greift direkt ab dem Eintreten eines Pflegefalls: Der Versicherte erhält eine Pflegerente, die zusätzlich zur BU-Rente gezahlt wird. Und jetzt kommen wir zur Pflegeanschlussoption: Hier kann zu konkreten Optionsterminen, nämlich zum Ende der Versicherungsdauer bzw. 5, 10, 15 oder frühestens 20 Jahre davor, eine KlinikRente.Pflegeversicherung ohne erneute Gesundheitsprüfung abgeschlossen werden, und zwar bis zur Höhe der garantierten BU-Rente bzw. bis maximal 2.500 Euro garantierter Monatsrente. Durch die Vielzahl der Möglichkeiten kann sich der Kunde seinen Pflegeschutz je nach Absicherungswunsch zusammenstellen.

Gibt es auch noch andere Veränderungspläne?

Um eine volle Pflegefallabsicherung für die Beschäftigten zu bieten und eine Lösung für die Pflegeanschlussoption zu schaffen, haben wir zum 01.04.2017 die KlinikRente.Pflege eingeführt, das ist eine eigenständige Pflegerentenversicherung. Sie ist ebenfalls konsortial unter Federführung der Swiss Life gemeinsam mit Allianz und R+V aufgebaut.

Das Sozialpartnermodell soll die Durchdringung in der bAV erhöhen. Werden damit insgesamt Versorgungswerke wie das Ihre gestärkt?

Derzeit ist es für eine abschließende Bewertung noch zu früh. Fest steht, dass gerade die Stabilitäts- und Sicherheitsarchitektur der Konsortialverträge der großen Branchenversorgungswerke immer mehr Beachtung findet. Für

„Auf jeden Fall wird das Betriebsrentenstärkungsgesetz schon durch die neue Förderung für Geringverdiener und die neuen „Nichtanrechnungsgrenzen“ auf die Grundsicherung weitere Impulse für die bAV setzen.“

den Bereich Krankenhaus und Pflege mit öffentlicher oder kirchlicher Zusatzversorgung sehen wir durch das neue Sozialpartnermodell keine großen Veränderungen, weil die Zusatzversorgungskassen ja quasi Sozialpartnermodelle sind. Deshalb ist hier auch eine fast 100%-ige Abdeckung durch die sogenannte Pflichtversicherung gegeben. KlinikRente konzentriert sich in dieser Zielgruppe vor allem auf die zusätzliche Entgeltumwandlung. Für diese besteht noch ein hoher Nachholbedarf.

Auf jeden Fall wird das Betriebsrentenstärkungsgesetz schon durch die neue Förderung für Geringverdiener und die neuen „Nichtanrechnungsgrenzen“ auf die Grundsicherung weitere Impulse für die bAV setzen. Und das ist ausdrücklich zu begrüßen. ■



Friedhelm Gieseler



Gesundheitssystem besser als sein Ruf

Während politisch im Bundestagswahljahr über das deutsche Gesundheitssystem diskutiert wird, haben sich am Markt von PKV und GKV schon seit Längerem Symbiosen entwickelt. Diese finden sich auch im Beratungsportfolio von Versicherungsmaklern wieder.

Vor Kurzem hat das Wissenschaftliche Institut der PKV (WIP) einen Ländervergleich in Sachen Gesundheitsversorgung angestellt. Dort schneidet Deutschland deutlich besser ab als seine Nachbarländer: Das deutsche Gesundheitssystem bietet seinen Versicherten demnach die im europäischen Vergleich kürzesten Wartezeiten. 76% der deutschen Patienten, heißt es konkret in der Studie, erhalten am selben oder nächsten Tag einen Arzttermin. Mit diesem Ergebnis liegt Deutschland auf Platz 1 aller befragten Länder und damit vor den Gesundheitssystemen in den Niederlanden (63%), in Schweden (58%) oder in Frankreich (57%). Auf einen Termin beim Facharzt müssen in Deutschland des Weiteren nur 3% der Befragten zwei Monate oder länger warten. In den Niederlanden sind es 7%, in der Schweiz 9%. Neben den kürzesten Wartezeiten ermöglicht das deutsche Gesundheitssystem im europäischen Ländervergleich zudem auch den schnellsten Zugang zu innovativen Arzneimitteln, die freie Arztwahl sowie einen umfangreichen Leistungskatalog.

Das gute Abschneiden führt das Institut auf den Systemwettbewerb aus gesetzlicher und privater Krankenversicherung in einem gemeinsamen Versorgungssystem zurück. Das bestehende duale System sei eine Sicherung gegen Rationierung und „Zwei-Klassen-Medizin“. Diese Erkenntnisse aus dem Lager der privaten Krankenversicherer lassen aber die Debatte über das deutsche Gesundheitssystem und die Kritik an der PKV nicht verstummen. Denn in Deutschland ist Wahlkampf und die Parteien machen die Krankenversicherung zum Wahlkampfthema. So legen die einen die Bürgerversicherung – wenn auch in einer etwas pragmatischeren Form als bisher – auf den Tisch, die anderen neue Vorschläge mit einer vom Einkommen losgelösten Wahlfreiheit zwischen der GKV und der PKV.

>>>>> Von Brigitte Horn, AssCompact



© everythingpossible - Fotolia.com

Der Markt arrangiert sich

Eine wie auch immer geartete Veränderung unter einer möglichen neuen politischen Führung nach der Bundestagswahl im Herbst dieses Jahres würde den Markt der GKV und PKV natürlich durcheinanderwirbeln. Dort wurde der programmatische Streit um das bessere System aber schon lange ad acta gelegt. Der Markt hat sich arrangiert, gesetzliche Krankenkassen kooperieren mit privaten Krankenversicherern und im Beratungsportfolio von Versicherungsmaklern finden sich neben PKV- auch GKV-Angebote. Ein Blick in dieses Sonderthema zeigt, wie sich der Markt an dieser Stelle entwickelt und wie sich Angebote heute gegenseitig ergänzen. Vor einigen Jahren war das noch anders, als sich Versicherungsmakler vor allem auf die private Vollkostenversicherung konzentriert haben. Mit Nachlassen des PKV-Geschäfts und einer Provisionsgrenze zur Vermeidung von Exzessen und von nachteiligen Umdeckungen hat ein Wandel stattgefunden. Allein aus Gründen der Kundenbindung hat sich die Beratung differenziert.

Zusatzversicherungen im Blick

Seit Jahren nimmt so auch die Zahl an Zusatzversicherungen in Deutschland zu. Wie AssCompact Studien zeigen, erwarten Versicherungsmakler in diesem Bereich weiterhin steigende Umsatzeinnahmen für ihr Unternehmen. Die Versicherungswirtschaft spricht ebenfalls von einem Wachstumsmarkt. Und tatsächlich ist der Anteil privater Zusatzversicherungen in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern noch nicht allzu hoch. Während der Anteil der deutschen Bevölkerung mit einer Zusatzversicherung bei rund 25% liegt, entscheiden sich gemäß der zuvor genannten WIP-Studie zum Beispiel in den Niederlanden 84,5%, in der Schweiz 80% oder in Frankreich 95,5% der Bürger für Zusatzversicherungen. Das spricht einerseits für eine relativ hohe Grundversorgung in Deutschland, andererseits auch für die allgemeine Grundhaltung in anderen Ländern.

Die Krankenversicherung im Versicherungsvertrieb

Während es also im Bereich der Zusatzversicherung viel Potenzial gibt, bleiben die Perspektiven für die Vollkostenversicherung unklar. Dabei machte der PKV-Verband zuletzt einen Aufwärtstrend aus. Erstmals seit 2012 verzeichneten die PKV-Versicherer im zweiten Halbjahr 2016 wieder einen positiven Saldo im Nettoneuzugang – auch wenn im Gesamtjahr 2016 ein leichtes Minus von 0,2% stehen blieb. Für den Versicherungsvertrieb bleibt die Beratung und Kundengewinnung wohl weiterhin schwierig. Mehr denn je gilt es heute, die Situation des Kunden zu erfassen und den dafür besten Rat zu geben. Neue Impulse, Produkte und Unterstützungsangebote vonseiten der Versicherer sind gefragt. Einige Ideen und Konzepte finden sich auf den Folgeseiten innerhalb dieses Sonderthemas. ■

PKV-Verband warnt vor unzulässigen Werbeanrufen

Aktuell warnt der PKV-Verband wieder vor Werbeanrufern, die vorgeben, im Auftrag des PKV-Verbandes zu handeln. Den angerufenen Privatversicherer werden dabei suggeriert, dass ihr Tarifbeitrag drastisch steigen werde und der PKV-Verband ihnen daher den Wechsel in einen anderen Tarif vermitteln möchte. Dies sei eine bewusste Täuschung, so der Verband. Er rät Betroffenen, sich Namen und Telefonnummer des Anrufers zu notieren und einen Strafantrag bei der Polizei zu stellen oder sich bei der Bundesnetzagentur wegen unerlaubter Telefonwerbung zu beschweren. Zudem verweist der Verband auf das Recht der Versicherten, kostenlos und unter Mitnahme ihrer Altersrückstellungen in andere Tarife ihres Versicherungsunternehmens zu wechseln. Über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus hat sich die Branche hierzu zum 01.01.2016 eigene Leitlinien zum unternehmensinternen Tarifwechsel verschrieben.

Sonderthema im Überblick

Neuer Vollkostentarif der SDK – Allen Wahlkampfdebatten zum Trotz

Neues PKV-Vergleichsportal als Gegenpol zu provisionsgestützten Maklerportalen

Zahnzusatzversicherung – Ein großer Markt mit Zukunft

Welcher Interessent einer Pflegeversicherung ist schon kerngesund?

„Vermittlervertrieb ist die Kür für jede Krankenkasse“

Hilfe beim Berufsstart gibt es auch von der Krankenkasse



Neuer Vollkostentarif der SDK – Allen Wahlkampfdebatten zum Trotz

Die private Krankenversicherung (PKV) nutzt dem deutschen Gesundheitswesen. Davon sind SDK und PKV-Branche überzeugt. Noch vor der Bundestagswahl, die eine Debatte zur Zukunft des dualen Systems entfacht, bringt die SDK eine neue Vollversicherung auf den Markt: Sie erneuert ihr 40 Jahre altes Tarifwerk.

Am 24.09.2017 ist Bundestagswahl. Der Kanzlerkandidat der SPD, Martin Schulz, hat sich bereits gesundheitspolitisch positioniert. Wie die Ärzte Zeitung berichtet, hält er die paritätisch finanzierte Bürgerversicherung für ein wichtiges Projekt. Er wolle gegen eine „Zwei-Klassen-Medizin“ in Deutschland vorgehen.

Im Gegensatz dazu sind Ärzte, Versicherer und Wirtschaftsakteure von den Vorteilen der PKV für das deutsche Gesundheitssystem überzeugt. Ohnehin ist der Spieß beim Vorwurf der Zwei-Klassen-Medizin umzudrehen. Gerade weil es die PKV in Deutschland gibt, besteht kein rein privatwirtschaftliches Versorgungssystem wie in vielen anderen europäischen Ländern. In Deutschland haben alle Bürger gleichen Zugang zu einer hochwertigen Versorgung auf dem Niveau des medizinischen Fortschritts. Ganz gleich, ob gesetzlich oder privat finanziert. Das Wissenschaftliche Institut des

PKV-Verbands hält fest: „Im Unterschied zu Deutschland existiert in fast allen europäischen Ländern – parallel zum staatlichen System – ein gut ausgebauter privater Gesundheitsmarkt mit rein privat praktizierenden Ärzten.“ Das zeigt: Gerade der Systemwettbewerb aus GKV und PKV erweist sich als Sicherung gegen Rationierung und „Zwei-Klassen-Medizin.“ Denn: Stoßen Patienten im öffentlichen Gesundheitssystem auf Zugangshürden, kommt es zu Ausweichreaktionen. Gewünschte Leistungen werden dann auf dem privaten Gesundheitsmarkt nachgefragt.

PKV hinterlässt ökonomischem Fußabdruck

Weitere gute Gründe sprechen für die PKV. So auch der ökonomische Fußabdruck der Branche. Das Institut für Wirtschaftsforschung WifOR kommt zu dem Schluss: „In einer Bürgerversicherung ohne die private Krankenversicherung entfiele eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 13,4 Mrd. Euro, die in Deutschland durch Mehrumsätze der Privatpatienten finanziert wird. Damit verbunden wäre der Wegfall von 303.048 Erwerbstä-



Von Benno Schmeing,
Vorstandsmitglied der SDK Gruppe



tigen, die diese vom Mehrumsatz finanzierte Bruttowertschöpfung zum Beispiel im Bereich der ambulanten oder stationären medizinischen Versorgung erwirtschaften.“ Eine Bürgerversicherung hätte demnach unmittelbare Auswirkungen auf die Ausstattung der Praxen und Krankenhäuser sowie auf die medizinische Versorgung der Bevölkerung in Deutschland insgesamt.

Vitalität im Wahljahr beweisen

Diese und weitere Gründe, die für die PKV sprechen – etwa das Leistungsversprechen und die Nachfrage der Kunden –, stimmen die SDK-Produktverantwortlichen zuversichtlich, dass die PKV Bestand haben wird. Für sie ist die neue Vollversicherung ein Beleg dafür, dass die Branche Qualität, Nachhaltigkeit, Leistungsstärke und damit eine faire private Krankenversicherung zu bieten vermag. Sie wollen im Wahljahr nicht zuletzt die Vitalität der PKV beweisen.

Einen Großteil der SDK-Tarife gibt es bereits seit 1972. Auf diese Langfristigkeit setzt die SDK auch mit der neuen Vollversicherung. Anlass für die Neuentwicklung war das Verkaufsumfeld. Weil Vermittler und Kunden in hohem Maße über Tests und Vergleiche die private Krankenversicherung auswählen und die SDK viele geprüfte Merkmale zwar liefert, diese aber in der jahrzehntalten Tarifbeschreibung nicht schriftlich fixiert waren, wurde das Unternehmen nicht mehr ausreichend genug als der Qualitätsanbieter wahrgenommen, als der es sich versteht. Geleitet von alten Werten hat die SDK deshalb ihre Vollversicherung nach über 40 Jahren modernisiert. Anders als viele Wettbewerber setzt sie dabei nicht auf Kompakttarife, sondern auf ein modulares Tarifwerk.

Alte Werte, neue Leistungen: Stabil und individuell anpassbar

Fairness ist das Prinzip der neuen Vollversicherung, geworben wird mit dem Slogan „GesundheitsFair“. Die Produktmerkmale entkräften die Kritik an der privaten Vollversicherung. So ist die neue Vollversicherung der SDK mit 15 flexibel kombinierbaren Modulen individuell auf die Bedürfnisse der Kunden anpassbar. Weil das Leben nicht einförmig

verläuft, hat die SDK bewusst entschieden, eine Vielzahl an Wechsel- und Anpassungsoptionen in ihrer Vollversicherung zu integrieren. Heirat, Kinder, Gehaltsveränderungen: Bei beruflichen und privaten Ereignissen ist es ebenso möglich wie alle fünf Jahre zwischen 30 und 50 Jahren, den Versicherungsschutz ohne erneute Gesundheitsprüfung und Wartezeit zu wechseln.

Neben Flexibilität und Leistungsstärke ist die Beitragsstabilität in der privaten Vollversicherung zentral. Die SDK kalkuliert sicherheitsorientiert und berücksichtigt mit einem Rechnungszins von 2% das aktuelle Kapitalmarktfeld. Das stellt die Weichen für eine hohe Beitragsstabilität auch in der neuen Vollversicherung. In den bisherigen Tarifen ist das der SDK schon sehr gut gelungen, nicht zuletzt wegen einer nachhaltigen Annahme- und Tarifpolitik, auf die das Unternehmen auch weiterhin setzt.

Auf der Leistungsseite verzichtet die SDK auf verdeckte Selbstbehalte und lässt die Wahl zwischen einer prozentualen oder absoluten Selbstbeteiligung bis hin zum vollständigen Verzicht darauf. Eine Vorsorgeleistung von bis zu 500 Euro pro Kalenderjahr oder die Zahnprophylaxe von bis zu 500 Euro sind unabhängig von Selbstbeteiligung und Beitragsrückerstattung.

Zusätzliche Gesundheitsleistungen

Das deutsche Gesundheitswesen profitiert von der PKV. Und die SDK hat sich strategisch vorgenommen, Gesundheitsspezialist zu sein und nicht allein mit Produkten, sondern auch mit individuellen Gesundheitsdienstleistungen zu überzeugen. Ziel ist, dem Versicherten zu helfen, gesund zu bleiben und wieder gesund zu werden: mit Prävention und Vorsorgeleistungen auf der einen, mit Beratung und Betreuung im Krankheitsfall auf der anderen Seite.

Focus Money hat die SDK 2016 zum fünften Mal in Folge zur fairesten privaten Krankenversicherung gewählt. n-tv und DISQ kürten die SDK zum dritten Mal in Folge mit dem Deutschen Fairnesspreis. „GesundheitsFair“, also fair zu sein bei der Absicherung der Gesundheit, das hat sich die SDK vorgenommen. Dass Sie diesen Anspruch einhält, das zeigen die Testergebnisse unabhängiger Ratingagenturen genauso wie die niedrigen Wechselquoten der Kunden. Schon vor Produktstart hat die SDK auch ihre neue Vollversicherung bewerten lassen und verschiedene Siegel für hohe Qualität und faire Leistung bekommen.

Vollkostentarife stärken das Gesundheitssystem

Jedes Jahr versichern sich über 160.000 Personen in der privaten Krankenversicherung. Dort sind ihnen die Leistungen ein Leben lang garantiert. Die SDK ist zuversichtlich, dass die Vollversicherung weiterhin besteht. Ein guter Vollversicherungsschutz ist im Interesse der Menschen. Diesen liefert die SDK. Ein gutes Gesundheitssystem ist im Interesse der Bevölkerung. Zu diesem trägt die ganze Branche ganz wesentlich bei.

Neues PKV-Vergleichsportal als Gegenpol zu provisionsgestützten Maklerportalen

Interview mit Gerd Güssler, Geschäftsführer der KVpro.de GmbH, die KV-FUX betreut

KV-FUX ist eine Initiative von KVpro.de und der Krankenversicherer Concordia, Debeka, HUK-Coburg und der PAX-Familienfürsorge. Das Portal steht allen Versicherern offen und finanziert sich nicht über Provisionen. Kunden erhalten Informationen über Tarife der führenden 30 PKV-Anbieter. Vermittler können den KV-FUX in ihre Kundenberatung einbinden.

Herr Güssler, Ihr Unternehmen betreibt „KV-FUX.de“.

Wie kam es zu der Initiative und handelt es sich dabei um die Antwort auf herkömmliche Vergleichsportale?

„Online-Vergleichsportale“ sind in der Regel provisionsabhängige Maklerportale, die zur Finanzierung eine Provision brauchen. Das ist ja grundsätzlich nichts Schlechtes. Wir haben jedoch festgestellt, dass im Schnitt weniger als 60% der im Markt tätigen Versicherer in diesen Portalen gelistet sind. Oft fehlt es an Transparenz, wie ein Ergebnis zustande kommt. Häufig werden zuerst Kundendaten abverlangt, die als Leads verkauft werden. Der Endverbraucher ist nicht wirklich Herr der Entscheidung, wie er informiert und beraten werden möchte. Dies wird inzwischen von Verbraucherschutz, Politik, Medien und sogar in der Branche selbst kritisiert.

So gesehen ist der KV-FUX eine Antwort. Er unterscheidet sich von den bestehenden Maklerportalen gravierend – er ist nicht vergleichbar. Er dreht das Verkaufen um auf Nachfrage.

„Der KV-FUX ist grundlegend anders, auch als Geschäftsmodell neu. Für alle Versicherer offen.

Ohne Provisionen. Der KV-FUX bereitet dazu Themen und Informationen auch kritisch auf, die für einen Abschluss von Bedeutung sind.“

Der KV-FUX bereitet dazu Themen und Informationen auch kritisch auf, die für einen Abschluss von Bedeutung sind. Er überlässt die finale Beratung dem Kunden und dem vom Kunden ausgewählten Vermittler.

Wie funktioniert die Plattform denn konkret?

KV-FUX fungiert als Tippgeber und kann von allen im Vertrieb tätigen Marktteilnehmern genutzt werden. Der Kunde sendet direkt an die angeschlossenen Versicherer eine Anfrage oder wendet sich an einen Vermittler bzw. Makler. Jeder Vermittler kann seinem Kunden sagen: „Schau in den KV-FUX, dort erfährst du, worauf es beim Abschluss einer PKV ankommt, welche Fehler du vermeiden solltest. Lies diese Tipps, komm dann zu mir für eine individuelle, passgenaue Beratung.“ Und wer möchte, nimmt dazu den LUX unter www.KVpro.de, denn die Datenbasis ist genau dieselbe.

So bezieht der KV-FUX jeden Vermittler mit ein, der es versteht, die Plattform dafür zu nutzen. Wir schaffen im KV-FUX Transparenz, weil die Kriterien nachvollziehbar sind, die zu den Tariftipps führen. Das schafft beim Kunden Vertrauen. Vertrauen, das durch die häufigen negativen Berichte oder politischen Entscheidungen und Strömungen beim Bestands- oder Neukunden stark strapaziert wird oder bei manchen Kunden und sogar Vermittlern Angst ausgelöst hat.

Wir haben festgestellt: Wenn man Kunden offen alle Fakten nennt, entscheiden sich mehr für das passendere, meist höherwertige Produkt. Dann stimmt auch der Umsatz, der Druck fällt, die Zufriedenheit aller nimmt zu. Klare Informationen vor dem Abschluss stärken den Kunden. Bestandskunden bekommen Tipps zur Optimierung. Die PKV funktioniert bis ins hohe Alter sehr gut, wenn richtig ge- und passgenau verkauft wird. Dazu trägt der KV-FUX bei.

Im Verfahren BVK gegen Check24 hat das Gericht entschieden, Kunden seien vor Abschluss einer Versicherung besser zu informieren. Hat das Urteil Auswirkungen auf Ihr Portal?

Nein, da der KV-FUX ja kein Maklerportal ist. Das Urteil sagt, der Portalbesucher muss bei Maklerportalen wie Check und Co. sofort klar und deutlich erkennen können, dass das Portal im rechtlichen Status eines Maklers operiert. Weiter müssen für die Kundenberatung auf den Maklerportalen wie Check und Co. die spezifischen gesetzlichen und gewerberechtlichen Vorschriften erfüllt werden, die für eine individuelle VVG-konforme PKV-Beratung gültig sind.

Der KV-FUX macht das anders: Er informiert und der Kunde entscheidet, ob oder wie er eine Vermittlung wünscht. Denn diese Abschlussvermittler erbringen dann die gesetzliche VVG-konforme Beratungs- und Vermittlungsleistung. Dabei entscheidet der FUX-Besucher völlig frei, ob er sich die Tarifinformation als PDF herunterlädt und damit zu seinem Vermittler oder Makler geht oder ob er sich über das Anfrageformular direkt an eine der teilnehmenden Gesellschaften wendet.

Welche Qualitätsmerkmale hat das Portal – etwa hinsichtlich der vertretenen Versicherer und Tarife?

Der KV-FUX hilft den Kunden, sich im Vorfeld auf ein qualitativ hohes Beratungsgespräch vorzubereiten, und zeigt auch Versicherer und Tarife, die in anderen Portalen nicht gesehen werden können. Das Portal zeigt offen alle Kriterien, die die Grundlage bilden, wie im KV-FUX vorgegangen wird. Es kommen nur die Tarife je Kategorie in den jeweiligen Tarifpool, die diese inhaltliche Leistungsanforderung erfüllen. Aus diesem Pool wird jeweils ein Tarif eines Versicherers angezeigt, der die Kriterien erfüllt, und wenn es mehrere Tarife gibt, der günstigste. Dieser finale Tarifpool lässt sich nach verschiedenen Kriterien sortieren. Erst dann folgt durch eine Kundenentscheidung die individuelle Beratung durch Vermittler oder Berater.

Es gibt für jede Kategorie Grundschutz, Preis/Leistung und Komfortschutz, unterschiedliche Leistungsanforderungen, die ein Tarif erfüllen muss, damit er in den jeweiligen Anzeigepool kommt, auch getrennt nach den Gruppen Angestellte/Selbstständige/Beamte. Die Kriterien sind auf dem Portal nachlesbar.

Generiert das Portal auch Leads?

Natürlich auch das. Doch wichtig ist: Für das Rechnen und Informieren braucht es keine persönlichen Daten des Kunden. Der Portalbesucher entscheidet nach Klick auf Anfrage den Weg der nächsten Schritte völlig frei, mit wem er seine Beratung durchführt. Dazu zeigen wir die Arbeitsweise der „Vermittlertypen“ auf. Die Ausschließlichkeitsorganisation (AO) punktet, wenn

die Tarife stark sind. Dann sucht der AO-ler innerhalb seiner Produktwelt final den passenden Tarif. Der Makler punktet, wenn der Kunde verschiedene Angebote prüfen möchte. Er bringt seine Sachwalterkompetenz ein. Der Kunde punktet unter anderem auch, weil er dabei Tarife und Versicherer sieht, die in anderen Portalen nicht auftauchen können.

Steht das Portal allen Anbietern offen?

Das Portal ist offen für jeden Versicherer. Die Betriebskosten steigen ja grundsätzlich nicht, wenn mehr Versicherer dabei sind. Sie können sogar fallen, ein gewichtiges Kostenargument in der PKV-Branche. Die Zugangswege zum Kunden sind gesetzlich beschränkt. Das Internet ist offen. Kunden finden künftig noch mehr den Weg zum Vermittler, zur Gesellschaft über das Netz. Sie informieren sich im Netz und prüfen durch Querchecks die Qualität und Quelle der Information und wünschen sich danach eine Führung und Beratung, aber eben hoch qualitätsorientiert. Das zeigen viele Untersuchungen. Provisionsgestützte Maklerportale müssen zwangsläufig auch abschlussorientiert denken und arbeiten, das liegt in der Natur der Sache.

Wie ist die Resonanz auf das Angebot und was sind die nächsten Pläne?

Es gibt sehr viele Menschen und auch Kritiker der Branche, die dieses Engagement unterstützen und sich freuen, dass es den KV-FUX gibt. Er öffnet neue Wege. Es gibt auch Kritik bei Vermittlern und Maklern, die angesichts der rasanten Veränderungen Angst haben, weiter verdrängt zu werden. Die IDD wird gerade

den etablierten Online-Portalen viele Veränderungen abverlangen. Dabei bleibt die Masse der Vermittler bei diesen Portalen außen vor. Der KV-

„Die IDD wird gerade den etablierten Online-Portalen viele Veränderungen abverlangen. Dabei bleibt die Masse der Vermittler bei diesen Portalen außen vor. Der KV-FUX nimmt alle Vermittler mit, die es wollen [...].“

FUX nimmt alle Vermittler mit, die es wollen, wenn die Vermittler den KV-FUX in ihrer Kundenberatung einbinden. Wir bei KVpro.de wünschen uns damit auch eine Nachfrage nach neuen LUX-Lizenzen, die es online ohne Vertragsbindung gibt. Das Portal hilft dem Vertrieb mit hochwertigen Informationen und gibt eine transparente Orientierung für den PKV-Kunden von heute. Ja, weitere Pläne haben wir. ■



Gerd Güssler



Zahnzusatzversicherung – Ein großer Markt mit Zukunft

Eine Zahnzusatzversicherung ist eine sinnvolle Investition, denn Zahnersatz kann für GKV-Versicherte teuer werden. Für den Vertrieb ist es ein großer Markt. Diesen bedient der Münchener Verein mit der Deutsche ZahnVersicherung.

Jeder hat sie und es nagt buchstäblich der Zahn der Zeit an ihnen: 2,5 Milliarden Zähne wollen in Deutschland von den rund 71.000 praktizierenden Zahnärzten erhalten werden. Dabei ist das (Über-)Leben der Zähne kein Zuckschlecken. Gesetzlich Versicherte müssen für hochwertigen Zahnersatz tief in die Tasche greifen. Denn die gesetzlichen Krankenkassen zahlen beim Zahnersatz seit 2005 nur noch einen geringen Festzuschuss. Dieser deckt nur die Hälfte der Durchschnittskosten der sogenannten Regelversorgung ab, das ist die Behandlung, die nach dem zahnärztlichen Befund „ausreichend, zweckmäßig und wirtschaftlich“ ist. Klingt unschön? Ist es auch. Konkret heißt das etwa ab dem fünften Zahn eine unverblendete Vollgusskrone aus nichtedlem Metall oder das berühmte herausnehmbare „Gebiss“. Wer nicht nur etwas Besseres und Schöneres, sondern auch etwas haben will, das ihm eine deutlich höhere Lebensqualität bietet, muss hohe Zuzahlungen leisten. So kann eine einzelne Verblendkrone aus Keramik bis zu 1.200 Euro kosten, die Kassen übernehmen dafür jedoch nur einen Festbetrag in Höhe von rund 130 Euro. Auf der sicheren Seite ist, wer eine private Zahnzusatzversicherung hat. Für Makler bieten sich aus Sicht des Münchener Verein noch über viele Jahre ausgezeichnete Absatzchancen.

Wachstumspotenzial bleibt weiterhin hoch

Der Markt für Zahnzusatzversicherungen in Deutschland ist groß, denn 55 Millionen Deutsche haben noch keine Zusatzversicherung. Vielen Kunden ist der Vorsorgebedarf noch

nicht wirklich bewusst. Im Beratungsgespräch gilt es deshalb, den Kunden auf das Risiko der oft hohen Zuzahlungen hinzuweisen. Aber auch darauf, dass er sich mit einer entsprechenden Versicherung bereits mit geringen Beiträgen eine modernste Zahnversorgung sichern und den hohen Kosten beim Zahnarzt vorbeugen kann. Doch es geht nicht nur ums Geld, gesunde Zähne bedeuten viel mehr: Ein schönes Lächeln steht heute für Erfolg, Zuversicht und eine positive Lebenseinstellung. Im Beratungsgespräch kann damit ein privater Zahnversicherungsschutz auch als Lifestyle- und Wohlfühlprodukt vermittelt werden.

Deutsche ZahnVersicherung des Münchener Verein

Beim Tarif Deutsche ZahnVersicherung des Münchener Verein sind die Bausteine Zahnbehandlung, Prophylaxe, Zahnersatz und Prothesenreinigung als zentrale Leistungskomponenten wählbar und können untereinander kombiniert werden. Gewählt werden kann auch eines von vier Paketen, von Kinder bis Premium, bei denen verschiedene Bausteine bereits sinnvoll kombiniert sind. Es gibt keine Gesundheitsfragen, die Versicherung ist in jedem Alter abschließbar. MORGEN & MORGEN gab die Höchstwertung mit fünf Sternen, Stiftung Warentest hat den Tarif mit „sehr gut“ bewertet. Der Abschluss ist online möglich. Die Vorteile für den Makler liegen auf der Hand: hohe Produktqualität, kurze Bearbeitungszeit, keine Rückfragen und die Police ist schnell beim Kunden. ■



Von Dr. Rainer Reitzler, Vorsitzender des Vorstandes der Münchener Verein Versicherungsgruppe

AKS > tomorrow

Die Zukunft der Arbeitskraftsicherung



Informationen und Anmeldung unter www.aks-forum.de

© Punkt auf der Linie Fotostock.com

Die Wissens-Challenge für AKS-Profis

8 Stunden Input, Netzwerken und Diskussionen + 6 Workshops = 1 genialer Tag

Wir sehen uns!

Neuss	04.05.
München	09.05.
Berlin	11.05.
Mannheim	16.05.
Hannover	18.05.

LETZTE CHANCE NUTZEN
JETZT KOSTENFREI ANMELDEN

Die ersten 5 Anmeldungen
je Standort sind kostenfrei.
Code: acaw5

sponsored by **AssCompact**

Teilnehmende Versicherer/Aussteller:





© Syda Productions – Fotolia.com

Welcher Interessent einer Pflegeversicherung ist schon kerngesund?

In der Zielgruppe der Best Ager besteht, im Gegensatz zu jüngeren Gruppen, durchaus Interesse an einer zusätzlichen Absicherung für den Fall der Pflegebedürftigkeit. Doch einige Hürden behindern gerade hier den Versicherungsabschluss. Die vigo Krankenversicherung will diese mit ihrer Annahmepolitik und einem flexiblen Produkt beseitigen.

Laut einer Auswertung des Maklerpools insuro lag das Durchschnittsalter aller policierten Neuabschlüsse in der Pflegetagegeldversicherung im Jahr 2016 bei über 53 Jahren. Nicht verwunderlich, da sich Jüngere dem Thema Pflege zumeist verschließen. Trotz vieler Bemühungen ist eine Trendumkehr nicht erkennbar.

Best Ager als Zielgruppe

Makler konzentrieren sich also auf die Zielgruppe 50plus und treffen dort auch häufig auf offene Ohren. Die Gründe dafür leuchten ein: Die Ruhestandsplanung steht an, erste persönliche Pflegeerfahrungen werden im eigenen Umfeld gemacht, der Bedarf an Vermögensschutz wächst, ebenso der Wunsch, die eigenen Kinder später finanziell nicht zu belasten. Zudem wiederholt selbst die Politik stetig den reinen Teilkasko-Charakter der Pflegepflichtversicherung. Da Mitglieder dieser Zielgruppe in der Regel auch das nötige Kleingeld für eine Pflegetagegeldversicherung besitzen, steht – eine fachlich fundierte

Beratung vorausgesetzt – einem Versicherungsabschluss eigentlich nichts im Wege. Wäre da nur nicht das Problem mit den Gesundheitsfragen.

Volkskrankheiten als Normalfall

Rückenschmerzen, Übergewicht, Depressionen, Diabetes, Bluthochdruck, Arthrose – diesen und vielen weiteren typischen Zivilisationskrankheiten begegnen Vermittler nicht selten, sondern regelmäßig im Beratungsgespräch. Wer beim Antragsvorgang gewissenhaft und korrekt vorgeht, sieht sich zudem mit den Folgen des „Kodierungsskandals“ konfrontiert. Demnach werden Patienten oftmals kräcker eingestuft als sie sind. Der Präsident der Bundesärztekammer, Frank Ulrich Montgomery, äußerte in einem Interview mit dem „Donaukurier“: „Es ist gang und gäbe, dass die Kassen anrufen und versuchen, Ärzte dazu zu bringen, Diagnosen nachträglich zu korrigieren.“ Patientenakten lesen sich infolge mitunter wesentlich bedrohlicher, als Antragsteller angeben, sich zu fühlen. Nach den Maßstäben von Medizinern und den Risikoprüfungsabteilungen der Versicherer gibt es faktisch keine kerngesunden Antragsteller.



Von Micha Hildebrandt, Mitglied des Vorstandes der vigo Krankenversicherung



Der Weg zum Vertragsabschluss

Offene Gesundheitsfragen sind folglich der größte Stolperstein für Interessenten, um zum gewünschten Versicherungsschutz zu gelangen. Auch lauern hier Haftungsfallen für Vermittler. Einfache und geschlossene Gesundheitsfragen vereinfachen dagegen das Prozedere erheblich.

Doch auch bei geschlossenen Gesundheitsfragen unterscheidet sich das Annahmeverhalten der Versicherer bei Antragstellung sehr deutlich. Die Folge: Die Gemütslage von Vermittlern und Kunden schwankt zwischen Verwunderung und Frust, wenn die gewünschte Absicherung aufgrund der Risikoprüfung entweder gar nicht oder nur mit exorbitant hohem Risikozuschlag ermöglicht wird.

Welche Lösung präferieren die Spezialisten?

Vermittler sind sich dieser Problematik bewusst und wissen auch, was sie wollen. Im Zuge der Marktstudie „AssCompact AWARD – Private Kranken- und Pflegeversicherung 2017“ wurden 244 Vermittler befragt, welcher Anbieter von Pflegeversicherungen ihrer Meinung nach die Aspekte der Tarifpolitik am besten löst. Sieger wurde die vigo Krankenversicherung, die seit Jahren ihren Fokus auf Pflegezusatzversicherungen richtet. Passgenaue Produkte ohne versteckte Lücken, gepaart mit einer nachvollziehbaren und fairen Annahmepolitik, bewerteten die Befragten als wichtigstes Leistungskriterium bei der Auswahl eines Anbieters.

Ein Beispiel aus der Praxis

Das PSG II verändert die Lebenswirklichkeiten, die Bedarfsanalyse des Vermittlers und auch die Kostensituation. Der Gesetzgeber fordert nach der Pflege-reform verstärkt Formen der ambulanten Pflege und hat zudem einen einrich-tungseinheitlichen Eigenanteil für Pflege im Heim eingeführt. Folge ist, dass ten-denziell ähnlich hohe Pflegelücken bestehen werden – unabhängig davon, welcher Pflegegrad zuerkannt wird. Demgegen-über sind veränderte Kosten zu berück-sichtigen. Das gilt sowohl für Heime als auch für professionelle Pflegekräfte.

Ein Beispiel zeigt, welche Kosten je nach Pflegegrad anfallen können, welche finanzielle Lücke hier entstehen und wie diese mit dem Düsseldorfer Pflegegeld der vigo Krankenversicherung gefüllt werden kann.

Der Musterkunde Müller (50 Jahre) interessiert sich für eine Absicherung des Pflegerisikos. Im Fall der Fälle möchte er später möglichst in den eigenen vier Wänden wohnen bleiben. Er fühlt sich gesund, antragsrelevant sind jedoch sein leichtes Übergewicht und eine Kniegelenksarthrose. Gemeinsam mit Makler Meier wird die Pflegebedarfsanalyse durchgeführt. Das Ergebnis ist in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

Beispielrechnung für „Musterkunde Müller“

Pflegegrad	2	3	4	5
Kosten für Pflegekraft	2.500 Euro	2.700 Euro	2.900 Euro	3.100 Euro
Leistungen aus PPV	316 Euro	545 Euro	728 Euro	901 Euro
Differenz	2.184 Euro	2.155 Euro	2.172 Euro	2.199 Euro
Erwartete Rente (netto)			1.400 Euro	
Pflegelücke	Konstant etwa 750 Euro mtl.			
Bedarf	Konstante Absicherung von 25 Euro Tagegeld in allen Pflegegraden (ambulant & stationär) (in diesem Beispiel ohne Pflegegrad 1)			

Die Bedarfsanalyse hilft, eine passgenaue Absicherung für den Kunden zu erstellen.

Quelle: vigo Krankenversicherung

Die passgenaue Absicherung gemäß oben stehender Bedarfsanalyse kostet den 50-jährigen Kunden Müller im Düsseldorfer Pflegegeld der vigo 57,10 Euro monatlich. Trotz Übergewicht und Arthrose erhält er den gewünschten Versicherungsschutz ohne Risikozuschlag, ohne Leistungsausschluss und ohne Wartezeiten.

Passgenau vs. kompakt

Eine Absicherung am Bedarf des Kunden vorbei gilt es zu vermeiden. Gefragt sind maßgeschneiderte, flexible Zu-satzversicherungen. Nur das zu versichern, was wirklich gewünscht ist, ermöglicht jedoch längst nicht jeder Anbie-ter. Die meisten der am Markt abschließbaren Lösungen sind Kompakttarife, die ein festes Korsett vorgeben und Kunden somit quasi verpflichten, für die oberen Pflegegra-de unverhältnismäßig hohe Tagegelder abzusichern. Unab-hängige Makler stehen nach Einführung der Pflegegrade nun vor der Aufgabe, die am Markt erhältlichen Versiche-rungsprodukte und die dahinter stehenden Anbieter auf den Prüfstand zu stellen. ■

„Vermittlervertrieb ist die Kür für jede Krankenkasse“

Interview mit Thorsten Bröske, Vorstand der Schwenninger Krankenkasse

Die Schwenninger sucht zwischen PKV und GKV nicht das trennende, sondern das verbindende Element. Sie kooperiert sowohl mit PKV-Anbietern als auch mit Versicherungsmaklern. Als Vertriebsargumente führt sie ihre Leistungen, ihre Präventions- und Gesundheitsprogramme wie auch ihren digitalen Vertriebsprozess an.

Herr Bröske, wenn jemand heute eine Krankenkasse wählt, wo wird insbesondere hingeschaut – auf den Preis oder auf die Leistung?

Wenn wir ehrlich sind, dann schauen wir doch alle erstmal aufs Geld. Weil wir es ja vom Einkaufen her auch so gewohnt sind. Und dann schauen wir, was wir dafür kriegen. Doch da fangen schon die ersten Unterschiede an. Nehmen Sie doch die AOK-Präsenz an jeder Ecke – das lassen die sich was kosten. Da schaut man als kostenbewusster Mensch genau hin: Was gibt die Kasse für Leistungen aus, wie viel geht in die Verwaltungskosten? Hier ist eine schlanke, gut gemanagte Kasse wie die Schwenninger stets im Vorteil. Bei der Krankenbehandlung aber vor allem setzen wir darauf, die Gesunden auch gesund zu erhalten. Das macht sich bezahlt, und zwar für alle Beteiligten.

Der Wettbewerb zieht bei Krankenkassen nicht nur über den Preis an. Zu Ihren Angeboten gehört beispielsweise ein Bonusprogramm. Das haben viele andere Kassen auch – wie wollen Sie sich da abheben?

Nun, für die Versicherten lohnt es sich, in die eigene Vorsorge zu investieren durch ein Bonusprogramm. Daran hat auch die Krankenkasse ein Interesse, und dafür zahlt sie was.

„Viele Kassen rücken beim Bonusmodell viel weniger raus, als die Versicherten denken. [...] Die Schwenninger hat ein gutes Bonusmodell, und deshalb ist es auch so interessant zusammen mit der privaten Krankenzusatzversicherung.“

dass die Bonusprogramme von 53 Kassen untersucht wurden mittels sechs Musterfällen zwischen 25 und 65 Jahren. Alle Nichtraucher, normales Gewicht, immer brav zur Vorsorge und so weiter.

Sie wollen vermutlich darauf hinaus, dass selbst diese „idealen Musterkunden“ nicht die volle Prämie laut Bonusprogramm erhalten haben?

Viele der 53 Krankenkassen hätten trotz dieser idealen Versichertenprofile nicht mal ein Drittel der versprochenen Summe gezahlt. Lediglich bei zwei Kassen, DAK Gesundheit und

Schwenninger, wären alle sechs Kunden in den Genuss der vollen versprochenen Summe gekommen. Die Schwenninger hat ein gutes Bonusmodell, und deshalb ist es auch so interessant zusammen mit der privaten Krankenzusatzversicherung.

Als weiteres Vertriebsargument bringen Sie die Prävention ins Spiel, etwa Ihre Gesundheitskurse. Unterscheidet sich Ihr Angebot hier wesentlich von anderen Anbietern?

Ja, es ist nämlich sehr gut, und das nach wie vor. Für zwei Kurse erstattet die Schwenninger 80% der Kosten – bis zu 250 Euro pro Jahr. Vertrieblich sind die Gesundheitskurse deshalb so interessant, weil sie von sehr vielen Menschen genutzt werden. Wenn also ein Kunde bei einem zertifizierten Anbieter Yoga macht oder einen Kurs zur Gewichtsreduktion, dann kann er einfach die Rechnung einreichen und profitieren. Ich weiß von guten Vertriebbern, dass sie sogar im Fitnessstudio Kunden für die PKV und GKV finden – das sind doch alles gute Risiken, nämlich gesundheitsbewusste Menschen. Der Vertrieb kann hier argumentativ sehr leicht ansetzen.

Werten Sie das auch als Vertriebsargument für die Vermittlung einer Zusatzversicherung? Wo können Versicherungsvermittler hier ansetzen?

Das Zusatzversicherungsgeschäft bietet viele Vorteile: Für uns als Krankenkasse hat es sich zu einem wichtigen Instrument der Kundenbindung entwickelt. Für den Kunden ergibt sich ein besserer Versicherungsschutz – den er sich über das Bonusprogramm vielleicht sogar vollständig refinanzieren kann.

Aber was heißt es für den Vermittler?

Für den Vermittler bedeutet es natürlich zusätzliches Geschäft, das er häufig sogar recht einfach machen kann. Die Schwenninger kooperiert hier mit vielen Versicherungsgesellschaften, um attraktive Konzepte anzubieten: mit Beitragsrabatten, mit Kontrahierungszwang, aber ohne Wartezeiten. Das ist wichtig für Makler, die ja gesetzlich verpflichtet sind, für ihre Kunden die beste Lösung zu suchen.

Die privaten Krankenversicherer setzen seit geraumer Zeit auf die betriebliche Krankenversicherung und auch auf ein betriebliches Gesundheitsmanagement. Wie sehen die entsprechenden Entwicklungen in der GKV aus?

Man muss doch mal eines klar sagen: Wer hat denn seit Jahrzehnten schon Gesundheitsmanagement praktiziert, als es noch nicht die tolle Bezeichnung hatte? Das waren die Betriebskrankenkassen, und die Schwenninger ist eine der ältesten in Deutschland. Heute machen wir das mit Videobotschaften und Tipps, die das Bewusstsein für die Gesundheit am Arbeitsplatz schärfen und fördern. Wir entwickeln das weiter, denn das Unternehmerische ist Teil unserer DNA. Wir schauen natürlich, welche Erfahrungen die PKV auf diesem Feld macht. Da sind interessante Kooperationen denkbar, über die gewohnten Kassengrenzen hinweg.

Welche Bedeutung hat mittlerweile der Makler- bzw. der Vermittlervertrieb in Ihrem Haus?

Wir haben natürlich bundesweit gute Zugänge an Versicherten, aber klar ist auch: Vermittlervertrieb ist die Kür für jede Krankenkasse, doch er muss sehr gut organisiert sein. Seit wir vor etwa vier Jahren angefangen haben, den Vertrieb durch externe Vermittler zu starten und auszubauen, hat er sich zu einem wichtigen Motor für neue Mitgliedschaften entwickelt.

Wann vermittelt ein Vermittler denn die GKV, konkret die Schwenninger? Wenn sein Kunde aus der PKV raus muss, etwa aus beruflichen Gründen? Oder gar nicht in die PKV kommt?

Es gibt die GKV, und es gibt die PKV. Früher hat man das Trennende betont, doch ich sehe heute auch verbindende Dinge. Die Kombination aus GKV und Zusatzversicherung ist für Vermittler attraktiv. Denn wenn das Angebot für den Kunden interessante Vorteile bietet, kann er gleich zwei Abschlüsse tätigen.

Wie nehmen Sie Versicherungsmaklern oder auch Vermittlern der PKV-Anbieter die Angst, dass ihre Kunden an Sie oder an einen PKV-Kooperationspartner verloren gehen könnten?

Bei diesem Thema war die Schwenninger immer sauber. Wir schlüsseln die Kunden streng nach Kunden- schutz. Und Kundenschutz heißt für uns, dass man auch noch morgen zusammen Geschäfte machen kann. Bei uns bekommt jeder, was ihm zusteht.

Ich mache übrigens immer wieder die Erfahrung, dass ich auch wichtige Kooperationen mit Vermittlern durch einen Handschlag besiegeln kann, wo andere Kassen die Anwälte mitbringen müssen.

Die Verdienstmöglichkeiten für Versicherungsmakler bei einer GKV-Vermittlung sind begrenzt, deshalb muss der Abschluss- und Verwaltungsprozess schnell gehen. Was machen die Krankenkassen an dieser Stelle?

Leider zu wenig – denn die meisten Kassen arbeiten beim Antragsverfahren immer noch mit Papier. Da muss man an die berühmten sieben Durchschläge denken. Da gehen auch Anträge verloren. Für den Vertrieb bedeutet Papier vor allem langsame und mangelhafte Rückmeldung.

Das wollen Sie vermutlich für die Vertriebsunterstützung der Schwenninger Krankenkasse so nicht stehen lassen?

Wir haben einen komplett digitalen Vertriebsprozess mit Online- Mitgliedschaftsanträgen und Vertriebsmeldungen. Die ersten zwei Monate der gesetzlichen Kündigungsfrist sind für viele Kassen eine Blackout-Periode, da herrscht auch datenmäßig Funkstille zu den Vermittlern. Bei der Schwenninger ist die IT so leistungsfähig, da hat der Vermittler in dieser Zeit eine vollständige Übersicht und Info über den von ihm gewonnenen Kunden. Das läuft alles über das Vermittlerportal. Wir wissen, was Vermittler wollen – und was sie brauchen. ■



Thorsten Bröske



Hilfe beim Berufsstart gibt es auch von der Krankenkasse

Ausbildung ist nicht gleich Ausbildung. Doch welcher Weg passt zu wem und wie finden Betriebe den passenden Azubi? Die IKK classic unterstützt Berufsstarter und Arbeitgeber bei der Beantwortung dieser Fragen und begeht damit als Krankenkasse neue Wege.

Sein 2008 gibt es in Deutschland mehr Ausbildungsangebote als Bewerber. Vor allem das Handwerk sucht verzweifelt nach geeignetem Nachwuchs. Unter Jugendlichen gilt die duale Ausbildung oft als wenig attraktiv. Viele ziehen nach dem Abitur ein Hochschulstudium vor, sodass die Zahl der Studierenden seit Jahren steigt. Im Wintersemester 2015/16 waren in Deutschland über 2,7 Millionen Menschen an einer Hochschule immatrikuliert. Das sind 5% mehr als noch zwei Jahre zuvor – ein Druck zur Akademisierung, der häufig durch Umwelt und Elternhaus verstärkt wird und Jugendlichen mit einem Real- oder Hauptschulabschluss vermittelt, weniger wert zu sein. Dabei ist die Gefahr von Arbeitslosigkeit bei einer fundierten betrieblichen Aus- und Weiterbildung deutlich geringer als bei Akademikern. Und Fachkräfte können inzwischen ähnlich hohe Gehälter erzielen wie mancher Hochschulabsolvent.

Gleichzeitig brechen in Deutschland jährlich bis zu 100.000 Studierende ihr Studium ab und rund jeder vierte Azubi beendet vorzeitig seine Ausbildung. Denn konkrete Ausbildungsinhalte sind Jugendlichen oft nicht bewusst. Sie informieren sich im Vorfeld zu wenig über passende Berufswände. Parallel klagen viele Betriebe über schulische Defizite der Bewerber in grundlegenden Fächern wie Deutsch oder Mathematik sowie über fehlende Softskills wie Belastbarkeit, Disziplin, Leistungsbereitschaft und Mobilität. Nicht einmal jeder Zehnte würde auch außerhalb seines Wohnortes eine Lehrstelle antreten.



Von Jens Roeseler, Leiter des Bereichs Vertriebsmanagement bei der IKK classic

Die fünf größten Hürden für Berufsstarter sind:

- mangelnde Information über die 328 möglichen Ausbildungsberufe: Etwa ein Drittel aller Auszubildenden bewirbt sich auf insgesamt nur zehn Ausbildungsberufe. Hinzu kommen falsche Erwartungen an bestimmte Berufsbilder hinsichtlich Arbeitszeiten, Bezahlung und Arbeitsinhalten. Ein paar Tage Probe zu arbeiten oder im Sommer

- ein Praktikum zu machen, um die Abläufe kennenzulernen, lohnt sich für angehende Azubis.
- zu späte Beschäftigung mit der Berufswahl: Idealerweise beginnt man mit der Vorbereitung ein bis eineinhalb Jahre zuvor.
- mangelhafte Bewerbungsunterlagen: Die Liste reicht von Rechtschreib- und Zeichensetzungsfehlern in Anschreiben oder Lebenslauf sowie falschen Firmenadressen, die noch von der letzten Bewerbung stammen, über Lücken im Lebenslauf und nicht eingehaltenen Formatvorgaben bis zu unseriösen E-Mail-Adressen oder fehlenden Handynummern zur Kontaktaufnahme.
- mangelhafte Vorbereitung auf das Bewerbungsgespräch: Angehende Azubis haben im Gespräch häufig keine Antwort darauf, warum sie genau in diesem Beruf arbeiten und genau bei diesem Betrieb anfangen möchten. Auch das äußere Erscheinungsbild im Bewerbungsgespräch passt mitunter nicht zum erhofften Ausbildungsberuf.
- falsche Erwartungen an den Berufsstart: Betriebe erleben häufig, dass die Jugendlichen unnötig frustriert reagieren, wenn sie in den ersten Wochen nur Hilfsarbeiten zugewiesen bekommen. Zudem fällt es einigen Azubis anfangs schwer, sich an die „neuen“ Spielregeln des Arbeitslebens zu halten. Ebenso werden fachliche Fragen und Einsatzbereitschaft vermisst.

Unkomplizierte Unterstützung und Kundenbindung

Als Krankenkasse des Handwerks unterstützt die IKK classic Betriebe und Entscheider bei der Bewältigung des demografischen Wandels. In diesem Zusammenhang spricht sie gezielt Schulabgänger an, die sich mit dem Thema Berufswahl beschäftigen und sich damit erstmalig für eine Krankenkasse entscheiden müssen. Denn aus Sicht der IKK classic ist die Zufriedenheit im Beruf ein relevanter Faktor für die psychische Gesundheit.

Aus diesem Grund hat die IKK classic online ein spezielles Berufsstarterportal (www.ikk-classic.de/berufsstarter) aufgebaut, das wertvolle Tipps und Tools für den Einstieg ins Berufsleben bietet:

Die Module des IKK Berufsstarterportals

IKK-Persönlichkeitstest	Hier erhalten Jugendliche einen ersten Eindruck von ihren Stärken, die ihnen bei der Berufswahl helfen können.
IKK-Berufslexikon	Den richtigen Beruf zu finden, ist keine leichte Aufgabe, gibt es doch knapp 330 verschiedene Ausbildungsmöglichkeiten. Das IKK-Berufslexikon zeigt, welche das sind.
IKK-Azubibörse	Wer sich bereits für eine Ausbildung entschieden hat, findet hier rund 9.000 freie Ausbildungsplätze im gesamten Bundesgebiet.
IKK-Bewerbungsbaukasten	Der Bewerbungsbaukasten hilft mit vorgefertigten Textmodulen, in wenigen Schritten eine Bewerbung online zu erstellen.
IKK-Tipps zum Berufsstart	Von der Checkliste zum Vorstellungsgespräch über Finanztipps fürs schmale Azubi-Budget bis zu den Inhalten eines Ausbildungsvertrages sind hier viele weitere interessante Infos zu finden.

Die IKK classic bietet auf ihrer Website ein spezielles Portal für Berufsstarter an, das insgesamt über fünf verschiedene Module verfügt.

Angebote der IKK classic für Vertriebspartner

Mit rund 3,3 Millionen Versicherten und 2,6 Millionen Mitgliedern ist die IKK classic die größte deutsche Innungskrankenkasse. Neben zuverlässiger Schutz und hervorragender Betreuung erhalten Versicherte viele weitere Zusatzleistungen wie zum Beispiel Bonusprogramme und Wahltarife. Vertriebspartner der IKK classic erhalten für jedes neu geworbene IKK-Mitglied eine Prämie in Höhe von 89,25 Euro. Nach Abschluss eines Vertrags mit der IKK classic über die partnerschaftliche Zusammenarbeit und erfolgreicher Registrierung im Vertriebspartnerportal (www.ikk-classic.de/vp) können Partner online auf folgende Services zugreifen:

- Download-Center: Flyer und Broschüren, Leistungen und Extras der IKK classic
- Vorteilsrechner zur individuellen Ermittlung des finanziellen Vorteils für die Kunden
- Online-Abschluss

Ein Berufsstarter-Newsletter, den die Jugendlichen abonnieren können, spezielle IKK-Bewerbertrainings vor Ort sowie ergänzende Seminare und Webinare zum richtigen Verhalten im Berufsalltag und zur Prüfungsvorbereitung für die Abschlussprüfung runden das Angebot ab.

Ergänzende Angebote für Arbeitgeber

Doch nicht nur die Jugendlichen gilt es zu unterstützen und zu binden – auch die Arbeitgeber erhalten professionelle Unterstützung durch spezielle Seminare zu Azubi-Suche und -Motivation sowie die Möglichkeit, kostenlose Jobangebote in der IKK-Azubibörse zu schalten. Neben Lehrstellen können hier auch freie Praktikumsstellen eingestellt werden. Die Veröffentlichung ist kostenlos, zeitlich unbefristet und kann entweder vom Arbeitgeber selbst oder über einen Firmenkundenberater der IKK classic durchgeführt werden.

AllianzGI legt Aktienfonds mit einem Fokus auf künstlicher Intelligenz auf

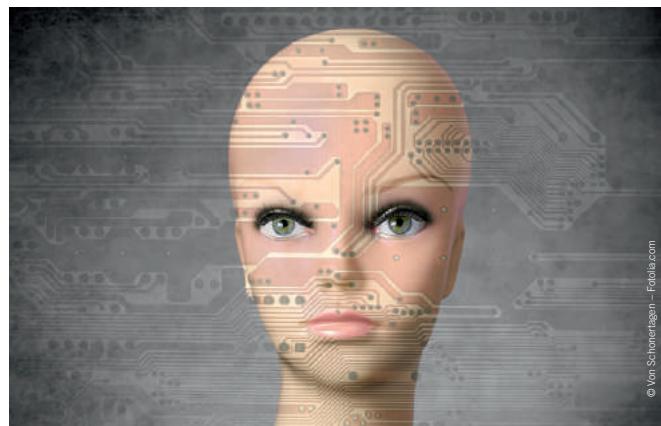
(ac) Expertenschätzungen zufolge wird der weltweite Markt für künstliche Intelligenz (KI) allein bis zum Jahr 2025 auf rund 35 bis 40 Mrd. Dollar wachsen. Das damit verbundene Potenzial soll ein neu aufgelegter Aktienfonds von AllianzGI nutzen: der Allianz Global Artificial Intelligence. Der Fonds zielt insbesondere darauf ab, vom rasanten Fortschritt in den Bereichen Big Data, selbstlernende Maschinen, selbstfahrende Autos sowie beim Internet der Dinge zu profitieren.

Strategieerweiterung

Der Allianz Global Artificial Intelligence ist die Erweiterung einer Strategie, die im September 2016 zusammen mit Sumitomo Mitsui Asset Management und Nikko in Japan aufgelegt wurde. Innerhalb eines halben Jahres verzeichnete diese Strategie dort Zuflüsse in Höhe von 1,8 Mrd. Dollar. Erstmals wird die Strategie nun auch institutionellen und Privatkunden in Europa angeboten. Gemanagt wird der Fonds von Sebastian Thomas, Portfoliomanager und Leiter US-Technologie-Research bei Allianz Global Investors. Thomas kam im Jahr 2003 als Senior Analyst für Software- und Internetfirmen zu AllianzGI und verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung als Portfoliomanager von Technologiefonds.

KI an einem Wendepunkt

KI befindet sich laut den Experten von AllianzGI derzeit an einem wichtigen Wendepunkt. Diese Art von Technologie fange an, sich signifikant auf unser Leben auszuwirken, etwa in den Bereichen Gesundheitswesen, Transport oder in der Agrarwirtschaft, und habe das Potenzial, ganze Industrien zu revolutionieren.



Künstliche Intelligenz findet immer mehr Einzug in die Industrie und auch in den privaten Alltag. Dieses Potenzial soll der neue AllianzGI-Fonds nutzen.

Investoren verlieren zunehmend ihren Aktien-Optimismus

(ac) Der Aktien-Optimismus professioneller Investoren hat sich im ersten Quartal 2017 spürbar eingetragen. Nur noch etwas mehr als jeder dritte aller für das Citi-Investmentbarometer befragten Anleger geht in den nächsten drei Monaten von steigenden Aktiennotierungen aus. Im Vorquartal waren es hingegen noch 57,2% und damit mehr als die Hälfte. Mittelfristig sind die Befragten Aktieninvestments gegenüber zwar noch deutlich positiver eingestellt. Für die kommenden zwölf Monate rechnet eine knappe Mehrheit von 53% mit steigenden Aktienkursen. Das bedeutet zugleich aber den niedrigsten Wert seit dem dritten Quartal 2012.

Auch bei Öl steigt die Skepsis

Auch die Erwartungen zu anderen Anlageklassen haben sich eingetragen. So hat der Optimismus bei Rohöl stark nachgelassen: Auf drei Monate rechnen nur noch 29% aller Befragten mit steigenden Kursen – im Quartal zuvor waren es noch rund doppelt so viele Umfrageteilnehmer. Die Mehrheit der Befragten geht damit derzeit von stagnierenden oder gar sinkenden Ölpreisen aus. Diese Tendenz zeigt sich etwas schwächer ausgeprägt auch bei den Erwartungen für die nächsten zwölf Monate. Nur noch 42% gehen mittelfristig von steigenden Rohölkursen aus, nach 53% im Vorquartal.

Auch Gesamtsentiment büßt ein

Das Gesamtsentiment, das die jeweiligen Einschätzungen zu Aktien, Zinssatz, Öl sowie Gold aggregiert und Werte von -100 bis +100 Punkten einnehmen kann, ist ebenfalls schwächer geworden. Im ersten Quartal 2017 lag es bei +26 Punkten. Damit weist es ebenfalls einen deutlich geringeren Wert auf als im Quartal zuvor. Damals lag der Wert für das Gesamtsentiment noch bei +36 Punkten.

Mit Sicherheit gesünder leben



Unsere Leistungen
für Vermittler und Finanzberater

**Zufriedenheit für den Kunden.
Freude für den Berater.**

Überzeugen Sie Ihre Kunden –
mit 400 Euro Ersparnis pro Jahr!

www.Kundengewinner-gesucht.de

Die Schwenninger
Krankenkasse

Greiff capital startet neuen Income Strategiefonds

(ac) Mit dem neu aufgelegten Dreisam Income Fonds will die Freiburger Greiff capital management ag ihren Anlegern unkorrelierte und möglichst markt-unabhängige Renditequellen erschließen. Um dies zu erreichen, ist die Strategie des neuen Fonds auf drei Hauptsäulen aufgebaut: das Vereinnahmen von Garantiedividenden, Kuponzahlungen und Prämien. Diese Säulen sollen aber nicht auf traditionelle Vorgehensweise erschlossen werden.

Drei Säulen

Über Investitionen in Unternehmen mit Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträgen (BuG) erzielt das Portfoliomangement Einnahmen aus Garantiedividenden. Express-Anleihen vereinnahmen für den Dreisam Income Fonds Erträge über einen hohen, festen Kupon sowie vorzeitige jährliche Rückzahlungsoptionen am jeweiligen Bewertungstag. Komplettiert wird das neue Fondskonzept durch den Baustein der Prämienstrategie. Im Rahmen eines Optionsoverlays erfolgt dabei ein markt-neutraler Aufbau von Auszahlungsprofilen auf den Dax, den EuroStoxx 50 sowie den S&P 500, um über Prämien von monatlichen Aktienmarktbewegungen in beiden Richtungen zu profitieren.

Hohe Diversifikation

Alle drei eingesetzten Strategien des Dreisam Income Fonds bedienen sich direkt oder indirekt der traditionellen Asset-Klasse Aktien, ohne dabei das typische Risikoprofil einer Aktienanlage aufzubauen. Über die unterschiedlichen Bausteine kombiniert das Fondsmanagement zudem verschiedene Renditequellen, Anlageuniversen und Anlagehorizonte, um die vorhandenen Diversifikationspotenziale bestmöglich auszunutzen.

Union Investment lanciert Nordamerika-Mischfonds

(ac) Union Investment hat einen neuen Mischfonds im Angebot. Der UniRak Nordamerika ergänzt die UniRak-Fondsfamilie um eine Produktvariante mit einem Anlageschwerpunkt in Nordamerika. Der Schwerpunkt liegt dabei auf US-Dollar denomiinierten US-amerikanischen Titeln. Darüber hinaus hat das Fondsmanagement die Möglichkeit, Aktien und Anleihen aus Kanada und Mexiko beizumischen. Im Aktienbereich werden hauptsächlich Large und Mid Caps erworben. Im Bereich der verzinslichen Papiere wird das Fondsvermögen ungefähr jeweils zur Hälfte in Staats- und Unternehmensanleihen angelegt. Eine Währungsabsicherung erfolgt nicht.

Flexible Quoten

Der UniRak Nordamerika strebt einen Aktienanteil von rund zwei Dritteln und einen Rentenanteil von circa einem Drittel an. Die Quoten sind dabei flexibel. In turbulenten Zeiten an den Kapitalmärkten kann der Aktienanteil auf 51% reduziert und in chancenreichen Phasen auf maximal 80% ausgebaut werden. Der UniRak Nordamerika richtet sich mit dieser Ausrichtung an risikobewusste Anleger, die von den positiven Wachstumsaussichten Nordamerikas profitieren und in US-Dollar investieren möchten. Ihr Anlagehorizont sollte dabei fünf Jahre oder länger betragen.

Starke Wirtschaftsentwicklung

Mit Blick auf die US-Wirtschaft ist Marco Schneider, der für den Fonds die Gesamtverantwortung trägt und den Aktienanteil des UniRak Nordamerika managt, zuversichtlich. Die Arbeitslosenquote in den USA sei schließlich seit 2010 von etwa 10% auf unter 5% gesunken. Die US-Frühindikatoren signalisieren nach wie vor ein intaktes, solides Wirtschaftswachstum.

Wachsendes Zinsgefälle

Für Nordamerika, insbesondere die USA, spricht laut Union Investment auch das höhere Zinsniveau. Die Zinsdifferenz zwischen US-Staatsanleihen und Bundesanleihen im kurz- sowie langfristigen Laufzeitbereich liegen bei rund 2% und damit weiter auf Rekordniveau. Dem jüngsten Zinsanstieg in den USA dürften in diesem Jahr zudem noch zwei Zinsschritte im Juni und September folgen, während die Zinsen im Euroraum vorerst niedrig bleiben sollten. Durch dieses wachsende Zinsgefälle zwischen den USA und Europa könnten Anleger in Übersee zunehmend attraktive Renditen erzielen.



Mit dem UniRak Nordamerika ergänzt Union Investment die UniRak-Fondsfamilie um eine Variante mit einem Anlageschwerpunkt in Nordamerika.



DÜSSELDORFER PFLEGEGELD

Legg Mason startet defensiven High-Yield-Fonds

(ac) Die Legg-Mason-Tochtergesellschaft Brandywine Global will Anlegern mit dem neu aufgelegten Legg Mason Brandywine Global High Yield Defensive Fund den Zugang zu Hochzinsanleihen höherer Qualität erleichtern. Der Fonds konzentriert sich auf Anleihen mit einem BB-/B-Rating, darunter auch sogenannte Fallen Angels, also ursprünglich mit Investment-Grade-Rating emittierte, später jedoch herabgestufte Papiere.

Einkommensgenerierung als Ziel

Oberstes Ziel des Legg Mason Brandywine Global High Yield Defensive Fund ist es, Einkommen zu generieren. Der langfristige Kapitalzuwachs steht an zweiter Stelle. Das vierköpfige Fondsmanager-Team investiert mindestens 80% des Fondsvermögens in globale High-Yield-Papiere, deren Rating nicht unter B- liegt. Insgesamt wird das Portfolio zwischen 50 und 100 Anleihen enthalten. Die regionale Gewichtung der Anleihen kann laut Legg Mason deutlich schwanken. Das liege vor allem daran, dass Brandywine Global beim Verwalten der High-Yield-Portfolios immer auch makroökonomische Ansichten in den Investmentprozess einfließen lässt. Eine Qualitätsrotation sowie eine Sektor- und Wertpapier-Selektion werden eingesetzt, um langfristig ein angemessenes Alpha zu generieren und überraschende Abwärtsbewegungen zu minimieren.

Besonders für Versicherer konzipiert

Laut Klaus Dahmann, Niederlassungsleiter und Country Head Germany and Austria bei Legg Mason, richtet sich der neue Fonds vor allem an deutsche institutionelle Investoren. Qualitativ hohe High-Yield-Investitionen würden sich nach Ansicht Dahmanns insbesondere auch für regulierte Anleger wie Versicherungen eignen, die dadurch im Hinblick auf Solvency II mehr Möglichkeiten fänden, ihre Gesamtkapitalquote zu steuern.

Einfache Gesundheitsfragen

- ✓ Nur 23 Krankheitsdiagnosen führen automatisch zur Ablehnung

Versicherbarkeit ohne Altershöchstgrenze

- ✓ Versicherungsschutz dynamisch: kann regelmäßig angepasst werden
- ✓ Flexibler Versicherungsschutz
- ✓ Assistanceleistungen
- ✓ Keine Wartezeiten
- ✓ Weltgeltung

Mehr Infos für Makler:
www.pflegegeld.de
 by Insuro Maklerservice GmbH



alle 5 Pflegegrade flexibel absichern

Düsseldorfer Pflegegeld:
 einfache Gesundheitsfragen - einfach leistungsstark



vigo
 KRANKENVERSICHERUNG VVaG

Fidelity legt erstmals eigene Smart-Beta-ETFs auf

(ac) Fidelity International erweitert sein Produktangebot an Anlagelösungen um zwei ertragsorientierte Smart-Beta-ETFs. Der Fidelity Global Quality Income UCITS ETF wie auch der Fidelity US Quality Income UCITS ETF investieren beide in dividendenstarke Qualitätsunternehmen. Ziel ist, eine höhere Rendite als der breitere Markt zu erwirtschaften und zugleich das Risiko besser zu steuern.

Besser aufgestellte Unternehmen

Der ETF-Konstruktion liegt die Überzeugung zugrunde, dass Qualitätsunternehmen mit stabilen Gewinnen und Cashflows besser für langfristig überdurchschnittliche Wertentwicklungen aufgestellt sind. Um das Risiko umsichtig zu steuern, werden die Branchen- und Länderengagements und einzeltitelspezifische Positionen minimiert. Die ETFs werden eigene Fidelity-Indizes nachbilden, in die die hauseigene Expertise bei der Titelanalyse und Portfoliokonstruktion einfließt. Für den Fidelity US Quality Income UCITS ETF werden die laufenden Kosten 0,3% pro Jahr und für den Fidelity Global Quality Income UCITS ETF 0,4% pro Jahr betragen.

Candriam lanciert Themenfonds für Aktien von Robotikunternehmen

(ac) Die Candriam Investors Group hat eine neue Strategie für Robotik und innovative Technologien aufgelegt. Sie soll in Unternehmen investieren, die innovative, zukunftsweisende Produkte in diesem Segment entwickeln, und ist die neueste Themenstrategie von Candriam. Sie ergänzt die bisherigen Themenfonds zu Demografie und Biotechnologie.

Einzelwertorientiert

Hochentwickelte Roboter werden laut Candriam die vierte industrielle Revolution entscheidend mitbestimmen. Da die Entwicklung bei Robotics erst zu 20 bis 30% abgeschlossen ist, biete Technologie großes Potenzial für vorausschauende Investoren. Der Investmentprozess ist einzelwertorientiert und überzeugungsgeleitet. Der Schwerpunkt liegt auf Unternehmen mit überdurchschnittlichem Wachstum, innovativen Technologien und einer guten Wettbewerbsposition. Die Aktien werden weltweit ausgewählt, sodass ein Portfolio aus bis zu 50 handverlesenen Titeln zustande kommt.



Roboter sind bereits jetzt aus der Industrie nicht wegzudenken. Die Entwicklung ist laut Candriam aber erst zu 20 bis 30% abgeschlossen.

HANSAINVEST startet neues Risikoprämien-Portfolio

(ac) In Zeiten liquiditätsgtriebener Märkte laufen Aktien und Renten immer häufiger in dieselbe Richtung und steigt das Interesse an alternativen und marktneutralen Erträgen. Diese können unter anderem in Form von Risikoprämien vereinnahmt werden, die vom Markt für die Übernahme spezifischer Risiken gezahlt werden. Mit dem neuen Fonds HANSAPrämie bietet HANSAINVEST institutionellen Anlegern eine neuartige Möglichkeit, an derartigen Prämien zu partizipieren.

Marktrisiken eliminieren

Zu den Prämien, die Fondsmanager Eric Quast ins Auge gefasst hat, zählen beispielsweise Prämien für die gezielte Übernahme von Ereignis-, Verlust- und Liquiditätsrisiken. Diese überwiegend marktunabhängigen Prämien seien nicht nur ökonomisch fundiert, sondern auch von struktureller Natur. Die Unabhängigkeit von generellen Marktbewegungen wird dadurch erreicht, dass ein in der jeweiligen Strategie enthaltenes Markt-risiko durch entsprechende Techniken gezielt eliminiert wird.

Sechs Strategien

Mit insgesamt sechs dieser Strategien, die untereinander geringe Korrelationen aufweisen, hat Quast sein Portfolio derzeit bestückt – und zwar risikopar-tatisch. Die risikoärmeren Strategien werden somit höher gewichtet. Anlegern soll mit HANSAPrämie eine Alternative zu bisweilen intransparenten und kosten-trächtigen Absolute-Return-Fonds ge-boten werden. Anlegergruppen, die das VAG zu beachten haben, freuen sich zu-dem über die für Solvency II optimierten Techniken. Der HANSAPrämie visiert nach fondsinternen Kosten ein Ergebnis von 250 Basispunkten oberhalb des 3-Monate-Euribors an, bei einer Ziel-Volatilität von unter 4%.

Welche Krankenkasse hilft mir sogar bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz?



Die IKK classic macht dich fit für Berufswahl und Bewerbung.

Sie wollen mehr über die Zusammenarbeit mit der IKK classic erfahren? Besuchen Sie uns auf der DKM 2017 in den Westfalenhallen Dortmund. Sie finden uns in der Halle 38 am Stand A 05. Oder auf www.ikk-classic.de/berufsstarter



IKK classic
Unser Handwerk. Ihre Gesundheit.

Wir freuen uns auf Sie!

Immobilien-Crowdinvestments droht schärfere Regulierung

(ac) Die Bundesregierung plant eine Nachjustierung der Regulierung von Crowdinvestments in Immobilien. Die weichen Regeln der Schwarzfinanzierungen sollen für den Immobilienbereich aufgehoben werden. Auf eine Kleine Anfrage der Grünen im Bundestag hat die Bundesregierung zu verstehen gegeben, dass sie die Regeln für Immobilien-Crowdinvestments verschärfen will, da die Schwarzfinanzierung von Immobilien oft über den eigentlichen Zweck der Befreiungsregelung hinausgehe. Für Immobilienprojekte stünden den beteiligten Firmen ausreichend anderweitige Finanzierungsmöglichkeiten zur Verfügung. Die erleichterte Immobilienfinanzierung erhöht laut der Bundesregierung zudem die Gefahr von Überbewertungen auf den Grundstücksmärkten.

Mandelbrot und Universal-Investment setzen mit Aktienfonds auf Europa-Momentum

(ac) Mandelbrot Asset Management und Universal-Investment erweitern mit dem Fonds Mandelbrot Europe die gemeinsame Fonds-familie um eine direktionale Strategie für europäische Aktien. Der regelbasierte Ansatz nutzt dieselbe Investitionslogik wie der vor zwei Jahren aufgelegte Fonds Mandelbrot Market Neutral Germany und auch der Mandelbrot Market Neutral US Technology. Analog zur bestehenden Produktfamilie werden aus dem Stoxx 600 diejenigen Aktien ausgewählt, die das größte Wertsteigerungspotenzial bieten.

Diversifikation zu Value-Strategien

Beim Mandelbrot Europe setzt Mandelbrot im Unterschied zu den beiden bestehenden Fonds auf ein direktionales Investment über den Momentum-Effekt, also die systematische Suche nach Titeln, die von steigenden Märkten überproportional profitieren sollten. Dieser Ansatz eigne sich insbesondere zur Strategie-Diversifikation, speziell für Value-Strategien. Hintergrund sind stark gegenläufige Überrenditen beider Ansätze. Mandelbrot vertraut auf ein konzentriertes Portfolio aus rund 30 Aktien aus dem Universum des Stoxx 600. Kombiniert mit der Investitionslogik soll dies wesentlich stärkere Momentum-Überrenditen ermöglichen. Grundlage hierfür sind neueste Erkenntnisse zu diesem Effekt, der auf eine Vision des Mathematikers Benoît Mandelbrot zurückgeführt wird.

“ Kommentar: Der falsche Superbulle

Die Aktienmärkte befinden sich derzeit in einem der längsten Bullenmärkte aller Zeiten. Angesichts dessen, dass der Dax zuletzt über die Marke von 12.000 Punkten gestiegen ist, mag man dieser Aussage, die unter Börsenexperten derzeit Hochkonjunktur hat, nicht widersprechen. Schließlich hat allein der deutsche Leitindex seit dem Tief von 3.666 Punkten im Jahr 2009 seinen Kurs mehr als verdreifacht. Acht Jahre Bullenmarkt also. Da scheint eine Korrektur überfällig.

Doch ist der Markt wirklich so bullish und eine Korrektur damit überfällig? Zur Beantwortung dieser Frage lohnt ein Blick auf die vergangenen beiden Jahre. Schon vor ziemlich genau zwei Jahren hatte der deutsche Leitindex die Marke von 12.000 Punkten ebenfalls bereits überwunden. Das damalige Allzeithoch von 12.374 Punkten im April 2015 hat nach wie vor Bestand. Die vergangenen zwei Jahre waren daher alles andere als ein Bullenmarkt, sondern vielmehr verlorene Jahre für Anleger deutscher Aktien. Zwei Jahre, die auch noch mit enormen Schwankungen verbunden waren. Hätte der Dax in dieser Zeit auch nur

eine historische Durchschnittsrendite von 7% erzielt, müsste der Kurs heute bei über 13.000 Punkten stehen.

Im Gegensatz etwa zur Blase zur Jahrtausendwende basiert das aktuelle Kursniveau nicht auf einem gefährlichen Hype. Gefahren sind zwar vorhanden, allen voran die weltpolitischen Risiken. Diese sind aber hinlänglich bekannt und scheinen – trotz des für überzeugte Demokraten kaum nachvollziehbaren Türkei-Referendums – nicht zu eskalieren. Von einer gefährlichen Überbewertung sind insbesondere die deutschen Aktienmärkte daher noch weit entfernt. Statt zum Bären dürfte der falsche Börsenbulle daher eher wieder zum richtigen Bullen werden.

Von Michael Herrmann, AssCompact





Hand in Hand ist ...

... als Team unschlagbar zu sein.

Hand in Hand ist ...

HanseMerkur



Eine Vertriebspartnerschaft ist dann erfolgreich, wenn hochmotivierte Menschen auf ausgezeichnete Leistungen treffen. Die HanseMerkur steht Ihnen hier als verlässlicher Partner zur Seite. Mit unseren Krankenversicherungstarifen wie z. B. den Hochleistungsprodukten Top Fit und Pro Fit werden Sie Ihre Kunden noch besser überzeugen können. Denn maßgeschneiderte Lösungen und ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis gehen bei uns Hand in Hand. Was können wir als starker, unabhängiger Versicherer für Sie tun?

vertriebsportal@hansemerkur.de

Markt für geschlossene Fonds verharrt auf niedrigem Niveau

(ac) Die Ratingagentur Scope hat das platzierte Eigenkapital geschlossener Beteiligungsmodelle erfasst. Insgesamt investierten Privatanleger im Jahr 2016 rund 1,36 Mrd. Euro in geschlossene Publikums-AIF und 0,36 Mrd. Euro in Vermögensanlagen. Zum Vergleich: Im Jahr 2015 lag das Platzierungsvolumen für geschlossene Publikums-AIF und Vermögensanlagen bei 1,33 Mrd. Euro.

Zurückhaltung im Vertrieb

Ein wesentlicher Grund für die anhaltende Stagnation ist Scope zufolge die nach wie vor zurückhaltende Position zahlreicher Vertriebe gegenüber dem Produkt. Auch sind die überschaubaren Platzierungszahlen angebotsseitig begründet. Aufgrund der Knappheit geeigneter und attraktiver Assets ist das Angebot an Publikums-AIF begrenzt. Es gibt laut Scope aber auch Licht am Ende des Tunnels – zum Beispiel die Platzierungsgeschwindigkeit: Die Hälfte des Eigenkapitalvolumens der 2016 neu zugelassenen 26 Publikums-AIF wurde bereits im ersten Jahr voll platziert.

Immobilien dominieren unverändert
 Die nach wie vor dominierende Asset-Klasse Immobilien konnte mit 876 Mio. Euro etwa zwei Drittel des 2016 platzierten Eigenkapitals auf sich vereinen. An zweiter und dritter Stelle der Asset-Klassen folgen jeweils Private-Equity-AIF mit 202 Mio. Euro bzw. 15% und Flugzeug-AIF mit 143 Mio. Euro bzw. 10% des 2016 platzierten Eigenkapitals geschlossener Publikums-AIF. Das Platzierungsvolumen von Vermögensanlagen lag 2016 bei nur 357 Mio. Euro. Anleger haben somit im vergangenen Jahr fast viermal so viel in Publikums-AIF investiert wie in die weniger stark regulierten Vermögensanlagen.

Ausblick

Scope erwartet für dieses Jahr einen leichten Anstieg der Anzahl der emittierten Publikums-AIF. Allerdings geht Scope hier von sinkenden durchschnittlichen Fondsvolumina aus. Das insgesamt zu erwartende emittierte Eigenkapitalvolumen wird den Annahmen der Scope-Analysten zufolge in diesem Jahr nicht signifikant ansteigen.

MPC Capital initiiert neues Schiffsinvestment

(ac) Die MPC Capital AG hat eine Investmentgesellschaft mit dem Fokus auf kleinere Containerschiffe zwischen 1 und 3 Mio. Euro initiiert. MPC Container Ships AS hat im Rahmen einer Privatplatzierung bei internationalen institutionellen Investoren und Family Offices in Norwegen bereits Eigenkapital in Höhe von rund 100 Mio. Euro eingeworben. Ihrer Investmentstrategie entsprechend agiert die MPC Capital AG als Co-Investor. Basierend auf einer Pipeline mit mehr als 100 Schiffen ist laut MPC Capital damit zu rechnen, dass das eingeworbene Kapital innerhalb des Jahres 2017 vollständig investiert sein wird. Eine erste Flotte von attraktiven Schiffen konnte bereits gesichert werden. Die MPC Capital-Tochtergesellschaften Ahrenkiel Steamship und Contchart stehen neben weiteren Partnern für die technische und kaufmännische Leitung der Flotte zur Verfügung.

Erste Erholungsanzeichen erkennbar

Auf dem Containerschiffsmarkt sind MPC Capital zufolge erste Anzeichen einer Erholung zu erkennen: Die Frachtraten liegen über dem Niveau von 2016 und auch die Charterraten verzeichneten im ersten Quartal 2017 einen deutlichen Anstieg. Marktanalysten von Maritime Strategies International (MSI) rechnen mit einer marktweiten Erholung. Dabei bewerten sie die Angebots- und Nachfragedynamik im Segment für kleinere Containerschiffe besonders günstig, da hier die Abwärtsrisiken begrenzt sind. Überkapazitäten im Containermarkt haben außerdem zu einem historischen Abschwung der Charterraten und Asset-Werte geführt. MPC Capital sieht aktuell daher attraktive Investitionsmöglichkeiten auf dem Markt.

Börsengang geplant

Die Aktien der MPC Container Ships AS werden zunächst an der norwegischen OTC gelistet. Es ist vorgesehen, die Aktien im Laufe des Jahres 2017 in ein vollständiges Börsenlisting zu überführen. Fearnley Securities AS, Oslo, begleitete die Transaktion als Sole Bookrunner und Manager, Fearnley Project Finance AS als Selling Agent.



Mit MPC Container Ships AS hat ein neues Schiffsinvestment gestartet. Die Aktien sollen noch 2017 vollständig an der Börse gelistet werden.

© enaicht - Fotolia.com

Vermittler kritisieren Angebot an Sachwertanlagen

(ac) Finanzanlagevermittler beklagen laut dem AfW-Vermittlerbarometer das mangelnde Angebot an vertriebsfähigen geschlossenen Anlageprodukten. Für 41% der befragten Vermittler mit einer Sachwerteraubnis gibt es nicht ausreichend viele vermittelbare Angebote. Eine fast genauso große Gruppe hält das Angebot gerade für ausreichend. 13% können die Lage nicht beurteilen und 6% haben nicht geantwortet.

Minderheit besitzt Lizenz

Die Angaben zum Produktmangel beziehen sich nur auf Vermittler, die eine Lizenz nach § 34f GewO besitzen. Das ist eine Minderheit. Von den rund 1.000 befragten Vermittlern besitzen rund 57% die 34f-Erlaubnis. Davon halten 96% die Kategorie 1 (offene Investmentvermögen), 52% die Kategorie 2 (geschlossene Investmentvermögen) und 34% die Kategorie 3 (Vermögensanlagen). Geschlossene Sachinvestments vermitteln laut der Umfrage nur noch 22% der befragten Vermittler. Von den entsprechenden 34f-Lizenzinhabern sind es 62%. Etwa

vier von zehn Befragten könnten sie somit zwar vermitteln, tun dies aber derzeit nicht. Als Grund führen 42% an, dass ihre Kunden vor der Regulierung schlechte Erfahrungen mit Produkten dieser Art gemacht haben. 37% führen eine ganze Reihe sonstiger Gründe auf, wie etwa „zu wenig gute Produkte am Markt“, „intransparent“, „Teufelszeug“. Gut jeder Fünfte hält Sachwertanlagen für rechtlich zu komplex und damit zu beratungsintensiv.

Provisionen zweitrangig

Die Provisionen scheinen keine Rolle zu spielen. Zumindest ist kein Vermittler bereit, das zuzugeben. Kein Befragter mit passender Lizenz gab an, wegen „zu niedriger Provisionen“ nicht zu vermitteln. Bei der Frage, was passieren müsste, damit 34f-Vermittler wieder mehr solcher Anlagen vertreiben, gab es viele Einzelmeinungen. Zusammengefasst wünschen sich Vermittler mehr Argumentationshilfen über die Änderungen des KAGB, mehr Know-how über die Kosten sowie mehr Wissen über die Haftungssituation und über die Beratungsdokumentation.

Anzeige



PROJECT Investment
Werte für Generationen

Eutspannt investieren

mit den vielfach ausgezeichneten
Immobilienbeteiligungen von PROJECT Investment

- Entwicklung hochwertiger Wohn- und Gewerbeimmobilien in nachgefragten Metropolregionen
- Sicherheit durch reine Eigenkapitalbasis und hohe Streuungsbreite
- Lückenlos positive Leistungsbilanz seit 1995

PROJECT Investment Gruppe
Kirschgärtnerstraße 25 · 96052 Bamberg
info@project-vermittlung.de · www.project-investment.de

Investitionsfonds für Projektanleger
Projektanleger des Jahres 2014
GOLD
Best of Best

Investitionsfonds für Projektanleger
Projektanleger des Jahres 2013
GOLD
Best of Best

Investitionsfonds für Projektanleger
Projektanleger des Jahres 2012
GOLD
Best of Best

Informieren Sie sich unverbindlich über Ihre Kapitalanlage mit Zukunft: 0951 91 790 330

„Wir wollen Pools und einzelnen Maklern noch besseren Service bieten können“

Interview mit Michael Schütt, Vertriebsleiter der DJE Kapital AG

Michael Schütt hat vor etwa einem halben Jahr die Leitung des Vertriebs beim Traditionshaus DJE übernommen – und stockt seither das Vertriebspersonal deutlich auf und setzt bei den Vertriebswegen neue Akzente. So sollen Makler und insbesondere Maklerpools in Zukunft eine deutlich gewichtigere Rolle spielen.

Herr Schütt, Sie sind seit Oktober 2016 neuer Vertriebsleiter der DJE Kapital AG. Wie fällt Ihr erstes Zwischenfazit aus?

Wir haben planmäßig die Weichen in die richtige Richtung gestellt. Aufbauend auf der starken Maschinerie des Portfoliomanagements, unserem Research und der Risikosteuerung auf allen Ebenen und Produktgruppen, haben wir die notwendigen vertriebsstrategischen Ergänzungen zum bestehenden vertrieblichen Setup vorgenommen.

Hierzu zählen die erweiterte Betreuungsstruktur durch neue Mitarbeiter, die Verstärkung im Middle-Office sowie die Optimierung der Kundengruppenzuordnung in den einzelnen Vertriebswegen.

Dies kommt insbesondere unseren Partnern im Bereich der Maklerpools zugute. Nicht nur die Betreuung ist hier besonders wichtig, sondern auch die Abwicklung der Geschäftsprozesse. Denen tragen wir durch den personellen Ausbau

„Unseren Partnern bei den Maklerpools und freien Beratern stehen mehr Ansprechpartner zur Verfügung. Zudem unterstützen wir sie mit endkundenfähigen Materialien.“

im Middle-Office Rechnung. Damit können wir auch bei einem weiteren Wachstum in diesem Vertriebskanal die gewohnt professionelle Qualität bieten. Zudem haben wir dadurch unsere vertriebsstrategischen Ziele schon im Vorfeld auf der Serviceseite berücksichtigt. So sind wir bestens für die Aufgaben, die vor uns liegen, aufgestellt und bieten unseren Partnern und unseren Kunden von Anfang an ein attraktives Gesamtpaket.

Insgesamt bedeutet dies für unsere Partner bei den Maklerpools und freien Beratern, dass mehr Ansprechpartner zur Verfügung stehen, aber auch, dass wir mit endkundenfähigen Materialien unterstützen. Wichtig ist uns, verständlich zu bleiben und unseren Partnern bei der Betreuung optimal zu helfen.

Welche neuen Akzente wollen Sie beim Vertrieb von DJE setzen?

Wir sind seit Jahrzehnten stark im Vermögensverwaltungs- und Mandatsgeschäft. Auch die institutionelle Seite wird hervorragend bedient. Durch die bevorstehende Verstärkung

insbesondere im Wholesale- und Maklerbereich sind wir künftig in allen relevanten Vertriebskanälen mit gewohnter DJE-Qualität noch präsenter. Drei neue Mitarbeiter kümmern sich um unsere Kundschaft im Beraterbereich. Ein neuer Mitarbeiter verstärkt unser Team bereits jetzt im Abwicklungsbereich. Weitere Einstellungen sind vorgesehen. Wer DJE in den letzten Jahren verfolgt hat, der weiß, dass dies nur der nächste konsequente Schritt war, um im Bereich der Finanzintermediäre, Banken und Vermittler weiter zu wachsen.

Wollen Sie zukünftig auch stärker auf Pools setzen?

Unbedingt. Die Verbindungen zu den Pools sind sehr eng und werden weiter ausgebaut. Bereits im Oktober letzten Jahres haben wir die ersten personellen Verstärkungen dort vorgenommen. Damit wollen wir den Pools und einzelnen Maklern noch besseren Service bieten können. Pools sind definitiv ein strategisches Wachstumsfeld für uns. Besonders in diesem Bereich sehen wir seit Jahren ein stetiges Interesse an unseren Produkten, da ist es selbstverständlich, diesen Anforderungen nachzukommen. Weitere Unterstützung erwartet uns zur Jahresmitte. Sie sehen also, der Bereich ist sehr wichtig für uns und wird weiter verstärkt.

Warum spielen die Pools eine wichtige Rolle für DJE?

Über Pools und Makler erreichen wir unsere Endkunden direkt. Dies ist ein sehr persönliches Geschäft, das langjährig gewachsen ist. Dort steht der persönliche Kontakt im Vordergrund.

Daher sind sie für uns der Inbegriff des Vermögensanlagegeschäfts in Deutschland. Aus diesem Grund ist es uns wichtig, vor Ort zu sein und dort optimal zu unterstützen, damit unsere Partner ihre Kunden mit den besten Informationen versorgen können.

Dieser Bereich hat große Tradition in Deutschland. Auf diese Weise wurde die Vermögensanlage in die Breite getragen und die Vermögensanlage ist unser Kerngeschäft.

Im Frühjahr haben Sie eine Verdreifachung des Sales-Teams angekündigt. Warum ist eine solche personelle Aufstockung wichtig?

Unsere Vertriebsteams waren in den letzten Jahren sehr stark auf institutionelle Kundengruppen konzentriert. Neben dem Wachstum im institutionellen Geschäft in den letzten Jahren erkennen wir nun auch ein klar gestiegenes Interesse aus dem Berater und Bankenbereich. Dieser Bereich ist auf ganz Deutschland verteilt und verlangt nach erweiterten Kapazitäten. Dem kommen wir jetzt nach.

Haben Sie spezielle Anforderungen an Ihre neuen Mitarbeiter?

Uns war es immer wichtig, dass die potenzielle Mitarbeiter die Kundenbedürfnisse sehr genau kennen und zu bedienen wissen. Deshalb sind bei DJE Mitarbeiter gefragt, die seit Beginn ihrer Karriere genau das tun: die Kundenbedürfnisse kennen und ihr Handeln genau daran ausrichten. Das ist der Kern unserer Dienstleistung. Wir versuchen mit unseren Produkten die Bedürfnisse und Ziele der Kunden zu bedienen. Daher haben wir uns bei der Suche nach neuen Mitarbeitern auf Kandidaten konzentriert, die diese Arbeitsweise bereits seit Jahren verfolgen.

Sind neben neuem Personal auch neue Produkte geplant?

Die Produktpalette wird weiter ausgebaut werden und die Ideenfindung zu neuen Produkten ist tief in unserer DNA verwurzelt. Wir arbeiten an verschiedenen Ideen, unter anderem an der Komplettierung unserer Dividendenstra-

tegien. Dennoch bleiben wir unseren Kernkompetenzen treu. Jeden Trend werden wir also nicht verfolgen. Die Basis unserer Arbeit ist und bleibt die FMM-Methode, also unser hauseigenes, dreidimensionales Analyseverfahren unter Einbeziehung von fundamentalen, monetären und markttechnischen Faktoren und unsere Expertise im Research.

Einer Ihrer Bestseller war zuletzt der DJE Zins & Dividende. Wie erklären Sie sich den guten Absatz des Fonds?

Der Fonds ist einer der besten Mischfonds auf dem Markt und ein klares Basisinvestment. Er steht für unsere Expertise im Bereich Aktien und Anleihen. Das Konzept trifft den Nerv der Zeit, insbesondere im aktuellen Niedrigzinsumfeld, in dem Anleger Alternativen zu Fest- und Tagesgeld suchen. Dazu zählen neben Zinserträgen aus Anleihekupons auch Dividendenausschüttungen aus Aktien. Exakt an dieser Stelle greift der Investmentansatz an und bedient daher den Kundenbedarf hervorragend.

Welche Rolle spielen die derzeit alles dominierenden Mischfonds bzw. Multi-Asset-Fonds in Ihrer Strategie für DJE?

Ich denke, dass wir diese Frage unter anderem durch unser Produkt DJE Zins & Dividende beantwortet haben. Es war die logische Weiterentwicklung unseres Produktpportfolios basierend auf unseren Stärken und spiegelt auch die Entwicklung unseres Hauses wider. Mit dem FMM-Fonds hat DJE den ersten vermögensverwaltenden Fonds in Deutschland aufgelegt. Das war 1987. Die Verfeinerung der Palette in verschiedenen Ausprägungen kam nach und nach. Was vor über 40 Jahren als Vermögensverwaltung begann, ist zu einem modernen mittelständischen Investmenthaus herangewachsen.

Gibt es darüber hinaus noch Trends, die Sie beobachten?

Ich glaube, dass wir weiterhin einen Trend hin zur Institutionalisierung auch für Privatkunden sehen – also einen Trend in Richtung automatisierter Analysen, die Produkte vergleichen und daraus die besten Produkte für das Teilstück selektieren. Wie schon bei großen institutionellen Kunden sollte die Produktauswahl nach objektiven Gesichtspunkten stattfinden und das ist ein positiver Zukunftstrend. Noch heute werden Fonds aufgrund ihres Namens oder Hörensagen gekauft und ausgewählt. Aber wie wir alle wissen, ist das meistens nicht der Weisheit letzter Schluss. Nur wenn man objektive Auswahlverfahren hat, bekommt der Kunde auch das beste Produkt. ■



Michael Schütt

Gezeitenwechsel an den Finanzmärkten

Der Bullenmarkt an den Aktienmärkten geht ins neunte Jahr: Während sich Anleger fragen, wie lange der zyklische Rückenwind noch andauern kann, zeichnen sich einige markante Wendepunkte ab, die für zusätzliche Verunsicherung sorgen. Umso wichtiger ist es nun, selektiv vorzugehen und die vorhandenen, aber weniger werdenden Chancen zu nutzen.



Der 06.03.2009 ist vielen Anlegern in negativer Erinnerung geblieben: An diesem Tag schloss der Dax mit 3666 Punkten und damit stolze 55% tiefer, als zum Jahresende 2007. Parallel stürzten die Renditen der zehnjährigen Bundesanleihen von 4,3 auf 2,9% und die Realrenditen fielen unter den langjährigen Durchschnitt. Für Investoren war dies eine deprimierende Zeit, denn der Blick in den Rückspiegel schien zu beweisen, dass Aktieninvestments auch längerfristig keinen Ertrag bringen – der Dax lag damals selbst über zehn Jahre im Minus.

Aber auch wenn in solchen Zeiten eher Panik als Zuversicht die Anleger antreibt: Gerade zu diesem Zeitpunkt waren die langfristigen Renditeaussichten für Aktien besonders gut. Die Notenbanken hatten die Leitzinsen gesenkt, die Regierungen in den USA, China und Europa legten Stimulationsprogramme auf und garantierten den Fortbestand der Banken. So war es absehbar, dass sich die wirtschaftliche Lage und die Unternehmensgewinne in den Folgejahren wieder erholen würden. Es wäre also der ideale Einstiegszeitpunkt gewesen, um von dem zu erwartenden zyklischen Rückenwind zu profitieren.

Einer der längsten Zyklen des Jahrhunderts

Acht Jahre später befinden wir uns in einer sehr reifen Phase des Zyklus – für Anleger herrscht eitel Sonnenschein. Viele Indizes erreichten neue Höchststände, die US-Wirtschaft befindet sich in der drittlangsten Expansionsphase der letzten hundert Jahre und die Arbeitslosigkeit in der Eurozone sinkt stetig seit vier Jahren.



Von Tilmann Galler, globaler Kapitalmarktstrateg bei J.P. Morgan Asset Management

Aber: Aktien und Anleihen sind natürlich nun viel teurer als vor acht Jahren. Der Dax kämpft mit der 12.000-Punkte-Marke, Anleiherenditen werden von Notenbanken im Keller gehalten. Zehnjährige Bundesanleihen rentieren mit 0,2% trotz einer steigenden Inflationsrate von 1,6% was einer Realrendite von -1,4% entspricht.

Differenzierteres Vorgehen gefragt

Da der zyklische Rückenwind abflaut, müssen Investoren nun differenzierter vorgehen und es gilt zu ermitteln, wo sich im aktuellen Kapitalmarktfeld noch Opportunitäten finden lassen. Ein Weg ist die Sektorallokation: Die globalen Aktienmärkte sind, gemessen an ihrem KGV von 16,8, im Vergleich zum historischen Durchschnitt (16,2), relativ teuer. Zykliker jedoch wie Finanzwerte und Konsumgüter sollten vorerst im Umfeld steigender Renditen am Rentenmarkt profitieren und sich relativ besser entwickeln als defensive Sektoren und Immobilien.

Ein weiterer aussichtsreicher Bereich sind Schwellenländer-Aktien und Schwellenländer-Bonds in Lokalwährungen: Der Verfall der Rohstoffpreise scheint beendet und die Unternehmensgewinne beginnen nach einem vierjährigen Rückgang wieder zu steigen. Auch die Währungen vieler Schwellenländer sind nach Jahren der Abwertung insbesondere gegenüber dem US-Dollar günstig geworden. Nicht zuletzt sind Hochzinsanleihen mit 5,8% Rendite trotz niedrigerer Risikoprämien weiter attraktiv, denn die Zahlungsausfälle gehen aufgrund der guten konjunkturellen Lage und der Ölpreiserholung wieder zurück.

Europa-Aktien attraktiv

Aber man muss als Anleger gar nicht in die Ferne schweifen – auch die Aktien in Europa sehen derzeit recht attraktiv aus. Für die Titel spricht, dass die europäische Wirtschaft weiter auf Erholungskurs liegt, und die Arbeitslosigkeit kontinuierlich zurückgeht. Das sollte das Verbrauchervertrauen und zudem die Gesamtnachfrage weiter stärken. Auch die Umsätze im Einzelhandel sowie die Industrieproduktion verzeichnen positive Trends. Die Umfrageergebnisse der Unternehmen sind entsprechend so gut wie seit sechs Jahren nicht mehr und liegen auf einem Niveau, das in der Vergangenheit einem realen BIP-Wachstum von mehr als 2% entsprach. Bei gleichzeitigem Anstieg der Inflation werden das nominale Wachstum und somit die Unternehmensumsätze wahrscheinlich den höchsten Stand seit vielen Jahren erreichen.

Trendwende bei europäischen Unternehmensgewinnen

Damit europäische Aktien nachhaltig zulegen können, müssen die Unternehmen zwar erst höhere Gewinne erzielen. Die gute Nachricht ist nun aber, dass nach einer fünfjährigen Phase, in der die Gewinnerwartungen ständig nach unten korrigiert werden mussten, dieser Trend in diesem Jahr endlich gestoppt und sogar leicht umgekehrt werden konnte. Und nicht nur bei den erwarteten, sondern auch bei den tatsächlichen Gewinnen hat ein Wachstum eingesetzt, von dem die meisten Sektoren erfasst wurden. Diese Entwicklung wird nach wie vor durch

den Energiesektor beeinträchtigt, doch wenn der Ölpreis auf dem aktuellen Niveau bleibt oder möglicherweise noch steigt, sollten auch in diesem Bereich die Gewinne höher ausfallen als im Vorjahr.

Aufholjagd zurückgebliebener Segmente

Es ist dabei insbesondere eine Outperformance der zurückgebliebenen Marktsegmente zu erwarten, denn bei einem Anstieg des globalen Wachstums und der Inflation sowie einer gleichzeitigen Erhöhung der Anleiherenditen sollten unterbewertete Substanzwerte (Value) die überbewerteten Wachstumstitel (Growth) übertreffen.

Von zahlreichen Wendepunkten nicht abschrecken lassen

Aus fundamentaler Sicht gibt es in verschiedenen Segmenten der Märkte also immer noch eine ordentliche Risikoprämie zu verdienen, um mit der Kapitalanlage auf Kurs zu bleiben. Es zeichnen sich allerdings aktuell einige Wendepunkte ab, die bei einigen

Marktteilnehmern und Anlegern für Verunsicherung sorgen und sie vielleicht zu vorsichtig werden lassen. Ein Beispiel ist der Wechsel von der

Geld- zur Fiskalpolitik. Inzwischen beginnen Zentralbanken in den Industrieländern, ihre extrem lockere Haltung zu korrigieren. Der allmähliche Entzug der Liquidität, der möglicherweise die nächsten Jahre anhalten wird, sollte es den politischen Entscheidungsträgern aber ermöglichen, ihre Fiskalpolitik sorgfältig vorzubereiten, sodass die Finanzmärkte einen graduellen Zinsanstieg gut und ohne das Trauma früherer Straffungszyklen verkraften sollten.

Der allmähliche Entzug der Liquidität [...] sollte es den Entscheidungsträgern ermöglichen, ihre Fiskalpolitik sorgfältig vorzubereiten, sodass die Finanzmärkte einen graduellen Zinsanstieg gut und ohne das Trauma früherer Straffungszyklen verkraften sollten.

Rückzug wäre die falsche Risikoreaktion

Stärker beobachten sollten Anleger die aktuellen Tendenzen zu mehr Protektionismus und populistischer Politik. Auch eine nachhaltig ansteigende Inflation könnte zu Risikoaversion insbesondere an den Staatsanleihenmärkten führen. Sich jetzt aus den Märkten zurückzuziehen oder Investitionen zurückzuhalten, wäre unserer Ansicht nach die falsche Reaktion und für die langfristige Anlagestrategie sogar gefährlich: Auch in einem Spätzyklus sind nach den Erfahrungen der letzten 80 Jahre für Investoren noch ordentliche Erträge zu erzielen.

Da Kurseinbrüche nur schwer vorherzusagen sind, gilt es gerade jetzt, breit diversifiziert nach Regionen und Anlageklassen und aktiv gemanagt investiert zu bleiben, um die Risiken im Portfolio zu reduzieren und selektiv Schwerpunkte zu setzen, statt sich von Emotionen zu Anlageentscheidungen verleiten zu lassen, die man später bereuen könnte. ■



„Es wird immer offensichtlicher, dass wir nicht so weitermachen können“

Interview mit Marc Friedrich und Matthias Weik, Honorarberater und Bestsellerautoren

Marc Friedrich und Matthias Weik haben bereits drei Wirtschaftsbestseller geschrieben. Nun erscheint das neueste Werk des Duos. Mehr denn je müssten Wirtschaft und Politik demnach radikal neu gedacht werden. Die Wahrscheinlichkeit einer Rettung in letzter Not ist aber gering. Mit einem eigenen Fonds will das Duo Anleger im Falle eines Crashes schützen.

Herr Friedrich, Ihr neuer Buchtitel lautet „Sonst knallt's!“.
Warum steht ohne harte Einschnitte ein großer Knall bevor?

Marc Friedrich Es wird immer offensichtlicher, dass wir nicht so weitermachen können. Die Schere zwischen Arm und Reich nimmt immer stärker zu und die Industrialisierung und Digitalisierung kürzt Millionen Jobs weg. Darauf müssen Antworten gefunden werden. Die Politik ist aber unfähig zu agieren. Sie reagiert immer nur. Durch eine falsche Politik und ausufernden Finanzkapitalismus haben wir eine gefährliche Mischung für den Erfolg von Populisten geschaffen. Die Menschen arbeiten immer mehr und dennoch geht die Kluft zwischen Arm und Reich immer weiter auseinander. Leider lernt der Mensch zumeist nur durch Scheitern oder Katastrophen.

Ist eine rechtzeitige Kehrtwende überhaupt noch möglich?

MF Man könnte die Kuh tatsächlich noch vom Eis holen. Wie, das zeigen wir im Buch auch. Aber nur, wenn jetzt drastische Einschnitte kommen. Sonst kommt nach dem Finanzcrash auch der politische Crash. Dabei steht nicht nur unsere Altersvorsorge, sondern auch unsere freiheitliche Demokratie auf dem Spiel.

Was muss man tun, damit es nicht knallt?

Matthias Weik Einiges. Wir müssen alle Steuern abschaffen. Kaum jemand kann seine eigene Steuererklärung selbst ausfüllen. Allein der ganze Apparat um dieses System herum kostet Milliarden. Das ist so viel vergeudete Energie. Deswegen fordern wir, alle Steuern abzuschaffen bis auf eine: die Konsumsteuer. Dann würde erstmals nicht die Leistung, sondern nur der Verbrauch versteuert. Im momentanen System wird man bestraft, wenn man zur Arbeit geht. Eine reine Konsumsteuer wäre gerecht und transparent. Zudem würde der riesige Wasserkopf der Finanzämter und Steuerberater wegfallen. Damit einhergehend sollte aber auch dringend ein bedingungsloses Grundeinkommen eingeführt werden.



Matthias Weik

**Warum ein bedingungsloses Grund-
einkommen?**

MF Allein schon für die vielen Millionen Menschen, die durch den Wegfall des Steuerapparats arbeitslos werden. Aber Spaß beiseite. Durch die Industrialisierung und Digitalisierung werden laut Expertenstudien in Zukunft 50 bis 70% der bisherigen Jobs wegfallen. Unter anderem deswegen hat das bedingungslose Grundeinkommen auch immer mehr prominente Unterstützer, wie etwa Elon Musk von Tesla, Joe Kaeser von Siemens oder auch unseren Co-Autor, den dm-Gründer Götz W. Werner. Sie alle haben erkannt, welche Folgen es hat, wenn mehr und mehr Computer den Menschen ersetzen und man von seiner Hände Arbeit nicht mehr leben kann. Schon jetzt arbeiten knapp 9 Millionen Menschen im Niedriglohnsektor, das heißt, sie können nichts für das Alter auf die Seite legen und werden zu 100% in Altersarmut abrutschen. Diesen Tsunami der Altersarmut wird dann auch der Exportweltmeister Deutschland nicht stemmen können.

Hat Deutschland hierfür nicht schon Sozialleistungen?

MF Schon, aber dass die aktuellen Sozialleistungen die öffentlichen Haushalte sprengen, ist doch offensichtlich. Im Mittelalter mag die Besteuerung von Leistung sinnvoll gewesen sein. Wir leben aber im Zeitalter der absoluten Fremdversorgung. Und da ist das nicht mehr praktikabel. Die Lösung dieses Dilemmas ist die Konsumsteuer in Kombination mit dem bedingungslosen Grundeinkommen.

MW Zudem würde es keine Steuerhinterziehung mehr geben. Jeder zahlt seine

Steuern direkt an der Kasse und sieht schwarz auf weiß, wie viel der Sozialstaat kostet. Wer mehr verbraucht, muss dann auch mehr zahlen. Von den komplexen Steuersystemen profitieren doch vor allem die Großen. Wenn ein Konzern wie IKEA in Luxemburg nur 0,002% Steuern auf 2,5 Mrd. Euro Gewinn bezahlt, kann damit natürlich kein Schreiner vor Ort mithalten, der seine 30% Unternehmenssteuer bezahlt. Da muss man sich nicht wundern, dass immer mehr Mittelständler verenden und nur noch Filialisten übrig bleiben.

Mit 19% Mehrwertsteuer bzw. Konsumsteuer wird man aber nicht auskommen, um ein bedingungsloses Grundeinkommen und andere Staatsausgaben zu finanzieren ...

MW Die Konsumsteuer wird natürlich höher sein. Sie dürfte um die 50% betragen. Dafür fallen aber zum Beispiel alle Lohnnebenkosten weg. Im Endeffekt wird die Konsumsteuer für den einfachen Bürger sogar viel billiger.

Trotz all der genannten Schieflagen befinden sich die Aktienmärkte aber auf Rekordkurs. Wie erklären Sie sich das?

MF Ganz einfach: mit der Ausnahmesituation seit 2008. Die Märkte werden mit billigem Geld geflutet. Aufgrund der Nullzinsphase gibt es keine Alternativen zu Aktien mehr. Auf dem Sparbuch bekommt man schon lange keine Zinsen mehr und muss teilweise sogar Negativzinsen zahlen. Auch bei Staatsanleihen muss man teilweise noch Geld mitbringen, um sie kaufen zu dürfen. Der Garantiezins von Lebensversicherungen? Sinkt immer weiter. Und schon bald kostet es Geld, bei der eigenen Bank Geld abzuheben. 2012 wurden wir für genau diese Prognose noch ausgelacht. Heute ist das bereits Realität.

Als Antwort auf die Rahmenbedingungen haben Sie den Friedrich & Weik Wertefonds aufgelegt. Wie legt er an?

MW Viele unserer Kunden haben nach einem physisch hinterlegten Sachwertfonds gefragt. Wir mussten dabei mit Erschrecken feststellen, dass es so etwas noch gar nicht gibt. Und so haben wir Deutschlands ersten offenen, täglich

handelbaren Sachwertfonds initiiert, bei dem die Sachwerte physisch hinterlegt sind. Für den Fonds liegen zum Beispiel momentan über 40 Kilogramm Gold im Bankschließfach. Auch das Geld liegt nicht auf irgendeinem Konto, sondern bar im Schließfach. Das interessante dabei ist, dass die BaFin dieses Bargeld nicht als Sicherheit anerkannt hat. Gold hingegen schon. So viel zum Vertrauen in unser Geldsystem.

Was sind die Hauptziele des Fonds?

MF Kapitalerhalt und Vermögenssicherung haben oberste Priorität. Wir investieren in bewährte Sachwerte wie Gold, Silber, Immobilien Ackerland, Wald oder Diamanten. Sachwerte können nie wertlos werden. Sie werden immer Bestand haben und sind durch die Natur limitiert.

Warum Ackerland, Wald und Diamanten?

MW Das klingt erst einmal exotisch, aber Wald zum Beispiel hat von Haus aus eine jährliche Rendite von 1%, denn er wächst jedes Jahr um 1%. Zudem haben sich die Holzpreise in den letzten Jahren überdurchschnittlich entwickelt. In den letzten 20 Jahren waren es zum Beispiel um die 4 bis 6% pro Jahr. Kein Wunder, schließlich verbrauchen wir immer mehr Bau- und Brennholz. Zugleich ist es ein limitierter Sachwert. Und neben dem Wert des Waldbestandes hat man zusätzlich noch den Bodenwert. Deswegen investieren wir gerne in Wälder, vorzugsweise in Deutschland. Die ersten beiden Wälder haben wir in Aussicht.

Und warum Diamanten?

MF Diamanten sind spannend, weil sie wie Edelmetalle von Natur aus limitiert sind, und die Wertdichte ist noch höher als bei Gold. Experten schätzen, dass hochkarätige, lupenreine Diamanten im Jahr 2020 nicht mehr geschrifft werden können. Das heißt, dass sie immer seltener werden. Zudem haben sie sich in Krisen immer antizyklisch verhalten, sprich an Wert zugelegt. Damit sind sie zur Diversifikation in einem antizyklischen Fonds ideal geeignet. Die Reichen und Adligen haben sie hierfür schon immer genutzt. Mit dem Fonds wollen wir das auch normalen Anlegern ermöglichen.

Wie ist das bisherige Feedback auf den Fonds?

MF Wir haben viele Anfragen und mittlerweile auch die ersten institutionellen Interessenten. Auch beim Volumen wurden unsere Erwartungen weit übertroffen. Wir liegen jetzt mit 11 Mio. Euro bereits über der wichtigen Marke von 10 Mio. Euro. Und das, obwohl wir auf der Vertriebsseite noch gar nicht richtig losgelegt haben. Das bestätigt uns natürlich darin, dass es der richtige Fonds zur richtigen Zeit ist. Denn immer mehr Menschen erkennen, dass es ohne krasse Einschüchte zum großen Knall kommen wird – und darauf wollen sie vorbereitet sein.



Marc Friedrich

Volks- und Raiffeisenbanken erwarten weniger Insolvenzen

(ac) Der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) geht davon aus, dass sich die Situation bei Unternehmensinsolvenzen in Deutschland weiter entspannen wird. Dem aktuellen BVR-Konjunkturbericht zufolge wird die Anzahl der Unternehmensinsolvenzen gegenüber dem Vorjahr voraussichtlich um etwa 7% auf rund 20.000 Fälle sinken. Damit würde sich der positive Trend des Vorjahres fortsetzen. So ist die Zahl der Unternehmensinsolvenzen bereits im Vorjahr um 7% auf 21.518 gesunken.

Bilanzqualität und Wachstum

Die Zahl der Firmenpleiten ist laut BVR vor allem aufgrund der anhaltend guten Bilanzqualität der Unternehmen sowie wegen des günstigen konjunktuellen Umfelds rückläufig. Modellbasierte Schätzungen des Verbands ließen erkennen, dass die Entwicklung der Insolvenzen stark durch die Qualität der Unternehmensbilanzen und die Konjunktur geprägt wird. Den Schätzungen zufolge können die Insolvenzveränderungsraten seit Beginn der 2000er-Jahre zu gut zwei Fünfteln mit der Entwicklung der Bilanzqualität und zu gut einem Fünftel mit Schwankungen im Wirtschaftswachstum erklärt werden.

Zeichen für starke Gesamtwirtschaft

Der BVR sieht in dem sich abzeichnenden Rückgang der Insolvenzfälle ein ausgesprochen ermutigendes Zeichen für die deutsche Wirtschaft, da mit den Firmenpleiten in der Regel auch Beschäftigungsverluste und Forderungsausfälle verbunden sind. Gleichwohl seien aber aus gesamtwirtschaftlicher Sicht neben Unternehmensgründungen immer auch Insolvenzen erforderlich, damit überholte Strukturen sich nicht zementieren und neue Produkte und Prozesse am Markt etablieren können. Insofern dürfe der anhaltende Rückgang der Insolvenzzahlen nicht zu einem Nachlassen bei Produktivitätsanstrengungen und Innovationskraft der deutschen Wirtschaft verleiten.

Immobilienpreise hängen Einkommen ab

(ac) In den deutschen Metropolen haben die Wohnungspreise in den vergangenen Jahren ausnahmslos stärker zugelegt als die Einkommen. Das zeigt die Postbank-Studie Wohnatlas 2017, die die Immobilienmärkte bundesweit unter die Lupe genommen hat. Besonders drastisch ist die Situation mittlerweile in München. In Deutschlands teuerster Stadt müssen Interessenten für eine Wohnung mit 100 m² etwa 21 durchschnittliche Pro-Kopf-Jahreseinkommen auf den Tisch legen. Die Kaufpreise in der bayerischen Landeshauptstadt steigen zudem trotz des hohen Niveaus schneller als die Einkommen.

Zinsen als Preistreiber

Die Postbank sieht einen der Hauptgründe für die wachsende Kluft zwischen Einkommensentwicklung und Immobilienpreisen in den niedrigen Zinsen. Festverzinsliche Geldanlagen seien vielfach unattraktiv geworden, weshalb Anleger vermehrt Betongold für sich entdecken. Zudem erleichtern niedrige Zinsen die Immobilienfinanzierung. Das Ende der Fahnenstange scheine daher noch nicht erreicht.

Massive regionale Unterschiede

Die regionalen Preisunterschiede für private Wohnimmobilien in Deutschland sind allerdings enorm. Teuerstes Pflaster ist der Landkreis Nordfriesland. Dort müssen im Schnitt mehr als 23 regionale Pro-Kopf-Jahreseinkommen für 100 m² Wohnfläche bezahlt werden, weil exklusive Ferienwohnungen, besonders auf Sylt, die Preise nach oben treiben. Auch in Freiburg, Miesbach, Hamburg und Berlin sind die Preise in Relation zu den Einkommen sehr hoch. Die günstigsten Immobilien stehen im Landkreis Osterode am Harz. Dort genügen 2,8 regionale Jahreseinkommen für den Kauf einer Wohnung mit 100 m².



© Creative Images - Fotolia.com

Die Preise für Wohnimmobilien haben in den vergangenen Jahren stark angezogen und fast ausnahmslos stärker zugelegt als die Einkommen der Deutschen.

Rekordhohe Nachfrage nach Forward-Darlehen

(ac) Die Nachfrage nach Forward-Darlehen in Deutschland ist höher denn je. Das zeigt der aktuelle Dr. Klein Trend-Indikator Baufinanzierung (DTB), der im Februar noch einmal zugelegt und einen neuen Rekordwert von 19,8% erreicht hat. Damit entspricht fast jeder fünfte abgeschlossene Kredit dieser besonderen Form der Anschlussfinanzierung, mit der sich die aktuell niedrigen Zinsen bis zu 66 Monate im Voraus festschreiben lassen. Erfahrungsgemäß steigt laut Dr. Klein bei Kreditnehmern das Interesse an Forward-Darlehen, wenn sie steigende Zinsen erwarten. Insgesamt finanzieren die Deutschen ihre Immobilien weiter sehr solide. Der Beleihungsauslauf – also der Prozentsatz des Haus- oder Wohnungswertes, den der Kredit abdeckt – ist auf 76,7% gesunken. Dieser relativ niedrige Wert lässt auf einen hohen Eigenkapitalanteil schließen und damit auf solide Finanzierungskonzepte.

IHK-Register verzeichnet rund 45.000 Zulassungen nach § 34i GewO

(ac) Für die Vermittlung von Immobilienkrediten ist seit vergangenem Jahr die Zulassung nach § 34i GewO notwendig. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag hat nun Zahlen zum entsprechenden Vermittlungsregister veröffentlicht. Zum 01.04.2017 waren insgesamt 44.924 Immobiliendarlehensvermittler mit einer Erlaubnis nach § 34i GewO im Vermittlerregister eingetragen. 1.336 Gewerbetreibende treten dabei als Honorar-Immobiliendarlehensberater auf. Damit hat sich die Zahl seit Anfang des Jahres in etwa verdoppelt. Damals waren 22.180 Immobiliendarlehensvermittler registriert, 694 als Honorar-Immobiliendarlehensberater.

Dynamischer Jahresverlauf

Auch in den drei Monaten zuvor hatte sich die Zahl der Zulassungen in etwa verdoppelt. Für Oktober 2016 weist die IHK-Statistik 10.948 Registrierungen für die Erlaubnis als Immobiliendarlehensvermittler aus und 369 im Bereich der Honorar-Immobiliendarlehensberater. Damit haben die Zulassungen im Jahresverlauf deutlich Fahrt aufgenommen. Im Juli 2016 waren erst 1.379 Erlaubnisse erteilt worden, bei Honorar-Immobiliendarlehensberatern sogar nur 89.

Anzeige

Wer mit persönlicher Beratung überzeugt, sollte kein Produkt von der Stange anbieten.

Individuell und flexibel:

Das ROLAND Baustein-System.



ROLAND.
Der Rechtsschutz-Versicherer.



Meine Kunden haben die Wahl.

Das ROLAND Baustein-System bietet maßgeschneiderten Rechtsschutz. Meine Kunden wählen einfach die Bausteine aus, die zu ihrem Leben passen, und versichern und zahlen genau das, was sie schützen möchten. Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

Jetzt individuell und passgenau konfigurieren:
www.roland-rechtsschutz.de

KfW Programm Bauen und Sanieren feiert Jubiläum

(ac) In den letzten zehn Jahren sind in Deutschland mehr als 4 Millionen Wohneinheiten energetisch saniert oder neu gebaut worden, die von den KfW Programmen zu Energieeinsparungen gefördert wurden. Knapp 100 Mrd. Euro hat die Bank in Form von Krediten oder Zuschüssen an Bauherren oder Sanierer über die Programm-familie „Energieeffizient Bauen und Sanieren“ ausgereicht. Insgesamt wurden so Baumaßnahmen in Höhe von mehr als 260 Mrd. Euro angestoßen und laut KfW durchschnittlich 320.000 Arbeitsplätze pro Jahr in der Bauwirtschaft sowie dem regionalen Handwerk gesichert. Die geförderten Energieeffizienzmaßnahmen führen zu einer CO₂-Reduzierung von fast 9 Mio. Tonnen pro Jahr. Insgesamt wurden für solche Maßnahmen mehr als 15 Mrd. Euro an Bundesmitteln zur Verfügung gestellt.

2 Mrd. Euro pro Jahr

Aktuell stellt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) jährlich mehr als 2 Mrd. Euro für die Programme bereit, die Teil der Kampagne „Deutschland macht's effizient“ sind. Jede zweite neu gebaute Wohnung in Deutschland ist derzeit mit Mitteln aus dem Programm „Energieeffizient Bauen“ gefördert und knapp 290.000 Wohnungen wurden 2016 mithilfe der KfW energetisch saniert. Die Förderzahlen sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Allein im Verlauf des Jahres 2016 stiegen die Zusagen auf 15,5 Mrd. Euro. Das sind 46% mehr als im Vorjahr. Dabei wurden die Maßstäbe für „Energieeffizient Bauen und Sanieren“ in Bezug auf Wohngebäude stetig erhöht. Auch für die kommenden Jahre hat die KfW eine kontinuierliche Verbesserung ihrer Förderprodukte angekündigt, um die Bundesregierung in ihrer Energie- und Klimapolitik zu unterstützen und den Bürgern den Zugang zu attraktiven Produkten zu erleichtern.

Bausparkassen setzen stärker auf Finanzierungen

(ac) Im Neugeschäft der privaten Bausparkassen stand 2016 verstärkt der Kernnutzen des Bausparen, die Baufinanzierung, im Fokus. Die Mitglieder des Verbands der privaten Bausparkassen schlossen im Gesamtjahr Verträge über eine Bausparsumme von 57,4 Mrd. Euro ab. Die durchschnittliche Vertragssumme pro neuem Bausparvertrag stieg um 10% auf rund 44.200 Euro. Der Rückgang in der Bausparsumme gegenüber dem Vorjahr um 9,3% erklärt sich laut dem Bausparkassenverband vor allem durch Tarifumstellungen im Jahr 2015, die damals zu Vorzieheffekten geführt hatten. Hinzu kamen die Auswirkungen der EZB-Nullzinspolitik. Sie wirkte laut dem Bausparverband als Motivationsbremse für langfristig angelegtes, regelmäßiges Sparen und mache sich vor allem in der Stückzahl bemerkbar, die mit 1,4 Millionen um 18% unter dem Vorjahr lag. Der Anteil der privaten Bausparkassen am gesamten Neugeschäft in Deutschland ist derweil stabil geblieben.

Von Poll Immobilien startet erstes eigenes Finanzierungs- und Versicherungsangebot

(ac) Die von Poll Immobilien GmbH erweitert ihre Tätigkeit um ein neues Dienstleistungsfeld. Geschäftsführer Sassan Hilgendorf und Sascha Mermann, geschäftsführender Gesellschafter der FP FinanzPoint GmbH & Co. KG, haben den neuen Geschäftszweig von Poll Finance gegründet. Neben Von-Poll-Finance-Shops wird darunter auch ein Shop-in-Shop-Konzept zu finden sein.

Bis zu 100 Finanzierungsberater gesucht

Mit von Poll Finance bietet die von Poll Immobilien GmbH ihren Kunden an den bundesweit über 250 Standorten des Maklerhauses zukünftig unabhängige Finanzierungslösungen rund um Immobilien an, inklusive zugehöriger Versicherungsleistungen. Im Laufe der nächsten Monate richten Mermann und Dr. Lucie Lotzkat, Mitglied der Geschäftsführung und Prokuristin bei FP FinanzPoint, an über 30 Standorten eigenständige Von-Poll-Finance-Shops ein. Diese werden von Lizenznehmern geführt. Zusätzlich gibt es Beratungsstellen in bestehenden Von-Poll-Immobilien-Shops. Von Poll Finance plant für die nahe Zukunft den Einsatz von insgesamt bis zu 100 fachlich versierten Finanzierungsberatern.



© bouniwi-pc - Fotolia.com

Die Finanzierung von Immobilien wird künftig an über 30 Von-Poll-Finance-Shops im Fokus stehen. Hierfür sucht von Poll bis zu 100 versierte Finanzierungsberater.

Anmelden. Auspacken. Freuen.

SELBSTITREFLEXION DURCH
FRAGEROGEN & CASTING-
TEILNAHME

CHANCE AUF
10.000 € PREISGELD

EXKLUSIVE WEBINARE &
VERANSTALTUNGEN

VERNETZUNG MIT ENT-
SCHEIDERN DER BRÄNCE &
ÄNDEREN JUNGMAKLERN



Bis zum 30. Juni 2017 für den JUNGMAKLER AWARD 2017 anmelden, über viele Geschenke für den eigenen Erfolg freuen – und zusätzlich die Chance auf 10.000 € nutzen. Nähere Informationen & Anmeldung unter www.jungmakler.de

Preise im Gesamtwert von
über 25.000 € zu gewinnen!

Unterstützt von:

AssCompact



VIEL MEHR ALS NUR EIN AWARD.

Der JUNGMAKLER AWARD 2017 wird gefördert von:



neu definiert



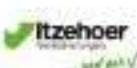
Canada Life®



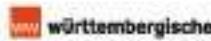
ERGO



Gothaer



Rechtsschutz



Mit den Themen Strom und Gas zu mehr Vertriebserfolg

Interview mit Daniel Hering und Björn Weikert, Geschäftsführung der PROCHECK24 GmbH

PROCHECK24 hat ein Update seiner Vergleichsrechner für Strom und Gas auf den Markt gebracht. Versicherungsmakler können mit dem Tool ihre Beratung im Bereich der Haushaltskostenoptimierung aufbauen oder intensivieren. Die Idee dahinter: Erzielte Ersparnisse soll der Kunde in Versicherungsschutz und Sparprodukte investieren.

Herr Weikert, warum sollen sich Versicherungsvermittler mit dem Thema Strom und Gas beschäftigen? Schließlich zählt die Beratung in Sachen Strom und Gas nicht zu ihrem Kerngeschäft.

Björn Weikert Den meisten Vermittlern fällt es immer schwerer, effektive und sinnvolle „Aufhänger“ beim Kunden zu finden. Über die Themen Strom und Gas ist der Einstieg leicht. Der

Vermittler spricht den Kunden in diesem Fall nämlich nicht an, um ihm etwas zu verkaufen, sondern um ihm Geld zu sparen, und positioniert sich gleichzeitig als Haushaltskostenoptimierer.“

Björn Weikert

„Der Vermittler spricht den Kunden in diesem Fall nämlich nicht an, um ihm etwas zu verkaufen, sondern um ihm Geld zu sparen, und positioniert sich gleichzeitig als Haushaltskostenoptimierer.“

optimierer. So schafft er Begeisterung und Vertrauen und der Kunde ist offen, im nächsten Schritt über sinnvolle Absicherungs- oder Sparprodukte zu sprechen.

Über wie viel Ersparnis beim Kunden sprechen wir denn?

Daniel Hering Allein bei Wechsel des Stromanbieters liegt die durchschnittliche Ersparnis pro Haushalt bei einem Versorgerwechsel bei über 300 Euro. Je nach Verbrauch und Region sind oft über 500 Euro möglich. Wenn ein Vermittler bei der Beratung anschließend gleich das Thema Gas mit anspricht, können insgesamt schnell über 1.000 Euro für den Kunden eingespart werden.

Was verstehen Sie konkret unter „schnell“ einsparen?

BW Ein Vergleich von Strom- und Gaskosten ist denkbar einfach. Der Vermittler benötigt lediglich Postleitzahl und Verbrauch des Kunden. Wenn er diesen nicht kennt, kann er auch über die Anzahl der Personen im Haushalt gehen. Schon sieht er die günstigsten Angebote, die Ersparnis zum aktuellen Anbieter und kann gleich online abschließen. Auch dieser Prozess ist sehr einfach. Daten zum

Vorversorger können nachgereicht werden und die Kündigung des aktuellen Anbieters übernimmt in der Regel der neue Stromversorger. Alles in allem kostet das den Vermittler fünf Minuten, daher trifft „schnell“ einsparen hier tatsächlich zu.

Ist die Beratung im Bereich Strom und Gas für Versicherungsvermittler mit Risiken verbunden?

DH Nein. Risiken für Vermittler bestehen nicht. Für den Kunden ist 100% Versorgungssicherheit gewährleistet und Strom ist gleich Strom. Unsere Vergleichsrechner bieten zudem voreingestellte Filter, über die Tarife mit Volumenpaketen oder Vorkassezahlung ausgeschlossen werden. So besteht auch für den Kunden kein finanzielles Risiko.

BW Aber auch für das Kerngeschäft des Vermittlers – die Vermittlung von Versicherungs- und Finanzprodukten – besteht kein Risiko, ganz im Gegenteil! Wir stellen unseren Partnern eins zu eins den Rechner von CHECK24 aus dem Endkundengeschäft zur Verfügung. Damit kann sich der Vermittler auf 100% Marktdeckung, reibungslose Abwicklung und die besten Tarife am Markt verlassen.

Nichts wäre ärgerlicher, als wenn es am Ende unzufriedene Kunden gäbe, weil diese auf anderen Vergleichsrechnern im Internet günstigere Angebote finden könnten. Da muss man als Vermittler aufpassen, zumal es einige Vergleichsanbieter im Umfeld Strom und Gas gibt, die einen Großteil der marktüblichen Neukundenboni nicht an den Kunden weitergeben, sondern damit ihre Provisionen maximieren. Damit tut man sich als Vermittler langfristig keinen Gefallen.



Björn Weikert

Wie viele Kunden sind denn Ihrer Einschätzung nach für einen Anbieterwechsel zugänglich?

BW Grundsätzlich eignet sich jeder Kunde für einen Versorgerwechsel. Knapp 40% der deutschen Haushalte sind noch in der Grundversorgung. Hier ist der Strom meistens am teuersten und das Sparpotenzial am größten. Weiterhin ist der Vermittler in der Regel immer dann mit im Boot, wenn sein Kunde umzieht und eine neue Hausrat- oder Wohngebäudeversicherung benötigt. In diesem Moment fällt jeder Kunde automatisch in die Grundversorgung.

Hier kann ein Vermittler besonders Pluspunkte sammeln, wenn er Kunden in einer Phase besonderer finanzieller Belastung Freiräume durch einen Versorgerwechsel ermöglicht. Da der Markt verbreitet mit Neukundenboni arbeitet, ist ein Wechsel aber auch bei jedem anderen Kunden in der Regel sehr attraktiv.

Welche Voraussetzungen muss man als Versicherungsmakler erfüllen, um Kunden auch Strom- und Gasverträge vermitteln zu können?

DH Außer einer grundsätzlichen Gewerbeanmeldung gelten für Makler keine besonderen Anforderungen, wenn sie Strom- und Gasverträge vermitteln wollen. Eine spezifische Gewerbeerlaubnis analog dem § 34c oder § 34d der Gewerbeordnung ist nicht erforderlich. Jeder unserer Partner muss sich lediglich für die Produkte freischalten lassen und kann theoretisch direkt loslegen.

Mit dem Login in unserem Customer-Relationship-Management stehen dann diverse Möglichkeiten der Beratung zur Verfügung: Zum einen kann der Makler gemeinsam mit seinem Kunden während der Beratung den Vergleich in unserer Plattform durchführen. Zum anderen bieten wir die kostenlose Einbindung unserer Vergleichsrechner mittels Link auf der Homepage des Vermittlers an. Somit kann dieser die Attraktivität seines Internetauftritts erhöhen und ein direkt abschließbares Produkt auf seiner Website präsentieren.

Der große Vorteil von beiden Varianten ist die jederzeitige Einsichtnahme in den Bearbeitungsstand des Antrags. Dank des responsiven Designs funktioniert der Energiewechsel sogar auf dem Smartphone reibungslos.

Gibt es schon erfolgreiche Modelle in der Praxis?

DH Bei einem Großteil unserer 8.000 Vertriebspartner gehört die Ansprache zu Strom und Gas in den Beratungsalltag, die damit sehr erfolgreich sind. Darüber hinaus ist der Energievergleich bei einer Vielzahl von Maklerpools und Vertrieben Teil der Produktpalette. Bei einem deutschlandweiten Vertrieb wurde der Energievergleich beispielsweise neben der Einbindung auf der Homepage in den Standard-Beratungsprozess integriert und wird bei jedem Kundengespräch abgefragt, um die Haushaltsskosten zu optimieren.

Darüber hinaus gibt es eine zunehmende Nachfrage von Banken und Ausschließlichkeitsorganisationen der Versicherungsgesellschaften für diesen neuen Beratungsansatz, da sich die Strom- und Gasvergleiche aufgrund ihres enormen Sparpotenzials ideal für die erfolgreiche Kundenansprache eignen.

Das heißt, Sie sehen im Bereich Strom und Gas ein zunehmend lukratives Geschäftsfeld für Vermittler?

BW Ja. Wir sind fest davon überzeugt, dass das Thema Strom und Gas eine hervorragende Ergänzung für jede Versicherungsvermittlung ist. Das Produkt

„Bei einem Großteil unserer 8.000 Vertriebspartner gehört die Ansprache zu Strom und Gas in den Beratungsalltag, die damit sehr erfolgreich sind. Darüber hinaus ist der Energievergleich bei einer Vielzahl von Maklerpools [...] Teil der Produktpalette.“

Daniel Hering

ist einfach und die Ersparnis für den Kunden immens. Damit schafft man als Vermittler Kundenzugang, Kundenbindung und eine Menge Potenzial für das Anschlussgeschäft. Wenn ein Vermittler seinem Kunden in kürzester Zeit etliche hundert Euro spart, dann hat er bei ihm erst mal einen Stein im Brett. ■



Daniel Hering



DKM 2017 – Der wichtigste Branchentermin des Jahres

Nach einem gelungenen Jubiläum 2016 startet die DKM, Leitmesse der Versicherungs- und Finanzwirtschaft, nun in die nächsten 20 Jahre. Das Branchenevent, das in diesem Jahr vom 24. bis 26.10.2017 stattfindet, ist und bleibt der wichtigste Veranstaltungstermin des Jahres.

Die erste gute DKM-Nachricht des Jahres brachte vor allem eins: Planungssicherheit für die Branche. Denn die Leitmesse der Versicherungs- und Finanzwirtschaft wird garantiert bis 2020 in den Westfalenhallen Dortmund abgehalten werden; entsprechende Verträge wurden vor Kurzem von den Messeorganisatoren unterschrieben. In unruhigen Zeiten zeigt sich die DKM also einmal mehr als fester Fels in der Branchenbrandung und setzt im Jahr nach den Jubiläumsfeierlichkeiten ein klares Signal in Richtung Zukunft.

Themen, die die Branche bewegen

Und so befasst sich das größte und wichtigste Branchenevent des Jahres auch 2017 wieder mit den Themen, die die Branchenteilnehmer heute und in Zukunft beschäftigen werden. Egal ob es um die Auswirkungen der IDD-Umsetzung oder um die Folgen der immer

weiter voranschreitenden Digitalisierung geht, die DKM gibt ihren Teilnehmern die Informationen und Tools an die Hand, die sie benötigen, um allen Widrigkeiten zum Trotz positiv in die Zukunft zu blicken. Denn was in den Umfragen mit den DKM-Fachbesuchern immer wieder deutlich wurde: Der Austausch und die Weiterbildung auf der DKM stellen einen wichtigen Energie- und Motivationsschub für den Arbeitsalltag der Vermittler dar. Sei es bei dem Kongress- und Workshopprogramm, das aktuelle Fragestellungen sowie Dauerbrennerthemen auf der Agenda haben wird, oder sei es bei den zahlreichen Gelegenheiten zum gegenseitigen Austausch mit Kollegen, Anbietern und Referenten an deren Ständen oder während der Veranstaltungen am Abend.

Umfassender Marktüberblick

Wenn sich also vom 24. bis 26.10.2017 (Messetage 25. und 26.10.2017) die DKM-Tore zum 21. Mal öffnen, erwartet die Teilnehmer der DKM 2017 einmal mehr ein umfassender Marktüberblick, in dem die wichtigsten Anbieter und Dienstleister der Branche ihre neuen Produkte und Lösungen zu den Problemstellungen unserer Zeit vorstellen. Um zu erfahren, welche Anbieter konkret auf der DKM vertreten sein werden, können sich Interessenten den jeweils aktuellen Status der

Ausstelleranmeldungen jederzeit auf der DKM-Webseite www.die-leitmesse.de ausstellerliste anzeigen lassen. Die Liste wird vom Organisationsteam kontinuierlich auf dem neuesten Stand gehalten.

Vier Themenparks

Wie bereits in den Jahren zuvor wird auch 2017 in sogenannten Themenparks gebündelte Kompetenz zu spezifischen Branchenthemen präsentiert. Auf einer kompakten Ausstellungsfläche mit kurzen Wegen haben Besucher die einzigartige Möglichkeit, sich mit entsprechenden Anbietern unkompliziert kurzzuschließen, sich über deren Produktangebote zu informieren und sich darüber hinaus zu abgegrenzten Themenkomplexen weiterzubilden. Nach dem großen Erfolg des Themenparks InsurTech im letzten Jahr wird dem Bereich auch 2017 wieder eine große Präsentationsfläche gewidmet. Weitere Themenparks sind für die Bereiche Schadenmanagement, Software sowie Investment geplant.

Weiterbildung und Information

Während sich die Finanz- und Versicherungsmakler auf der diesjährigen DKM wieder zu allen wichtigen Themen des Vermittleralltags weiterbilden, füllen sie wie immer gleichzeitig ihr Weiterbildungskonto bei der Weiterbildungsinitiative „gut beraten“ auf. Derzeit werden mögliche Themen und Inhalte intensiv diskutiert, um Teilnehmern ein wertvolles Weiterbildungsprogramm bieten zu können. Highlight des Rahmenpro-



Netzwerken und Austausch wird auf der DKM auch in diesem Jahr großgeschrieben.

gramms werden sicherlich wieder die Vorträge und Diskussionsrunden in der Speaker's Corner sein. In dem traditionellen Forum erwartet die Messeteilnehmer auch 2017 wieder ein interessantes und unterhaltsames Programm mit hochkarätigen Gästen.

Wer heute schon mehr über das Programm der diesjährigen DKM erfahren will, kann im Internet unter www.die-leitmesse.de die aktuellsten Informationen erhalten. Mehr zu den einzelnen Programmpunkten, Informationen und Interviews mit Persönlichkeiten rund um die Fachmesse gibt es dann in den DKM-News der nächsten AssCompact-Ausgaben. Auf jeden Fall sollte der Termin schon heute rot in jedem Kalender markiert sein. Denn der Besuch der DKM ist und bleibt der wichtigste Veranstaltungstermin des Jahres.

DKM 2017 im Überblick

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

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

„In diesem Jahr richten wir unseren Blick ausschließlich nach vorne“

Interview mit Dieter Knörrer, Geschäftsführer, und Konrad Schmidt, Mitglied der Geschäftsleitung der bbg Betriebsberatungs GmbH

2017 ist das Jahr eins nach dem DKM-Jubiläum, in dem auch in „alten Zeiten“ geschwelt wurde. Wird jetzt alles anders?

Konrad Schmidt Wir hatten im letzten Jahr eine besonders erfolgreiche Messe, in der wir neben aktuellen Fragestellungen auch die vergangenen 20 Auflagen haben Revue passieren lassen. 2017 richten wir unseren Blick wieder ausschließlich nach vorne: Branchenaktuelle Themen, neue Geschäftsbereiche und junge Produkte werden die Inhalte der diesjährigen DKM bestimmen. Das Messekonzept der DKM 2017 legt den Fokus ausschließlich auf fundierte Weiterbildung und wertvolles Networking.

Unverändert ist der Veranstaltungsort: Sie haben den Vertrag mit den Westfalenhallen Dortmund bis 2020 verlängert. Was hat Sie zu dem Schritt bewogen?

Dieter Knörrer Wir stellen unser eigenes Messekonzept und auch die Standortfrage kontinuierlich und regelmäßig auf den Prüfstand, um jedes Jahr aufs Neue die bestmögliche Fachmesse für die Versicherungs- und Finanzbranche auf die Beine zu stellen. Bei der Selbstreflexion kamen wir zu dem Schluss: Die Zusammenarbeit mit den Westfalenhallen Dortmund hat sich in der Vergangenheit mehr als bewährt. Hinzu kommt, dass die aktuellen Umbaumaßnahmen die Messehallen noch attraktiver machen werden. Auch haben wir bewusst am Standort Dortmund festgehalten, da er aufgrund der Maklerdichte im Ruhrgebiet ein Garant dafür ist, dass wir möglichst viele Branchenteilnehmer an einem Ort zusammenbringen können.

In diesem Jahr wurde die IDD-Umsetzung verabschiedet und das Betriebsrentenstärkungsgesetz geht auf die Zielgerade – haben diese regulatorischen Änderungen Einfluss auf die DKM?

DK Wir wissen alle: Die Branche muss in der Zukunft mit neuen verschärften Wettbewerbsbedingungen zureckkommen. Zurzeit wird die IDD-Umsetzung in den verschiedensten Gremien noch diskutiert, aber es scheint sicher, dass ab 2018 mit der Doppelberatungspflicht und dem Honorarannahmeverbot auf Versicherungsmakler schwierige Zeiten zukommen. Auch durch das Betriebsrentenstärkungsgesetz wird sich der Markt verändern, das bAV-Geschäft wird dabei einen höheren Stellenwert einnehmen. Hinzu kommt, dass die DKM rund einen Monat nach der Bundestagswahl stattfinden wird, in deren Folge die Weichen für unsere Branche eventuell neu gestellt werden.

Infolge dieser Entwicklungen werden sukzessive die Produktsortimente der Anbieter überarbeitet. Natürlich sind dadurch Makler auch häufig gezwungen,



„Die DKM ist der ideale Ort, um sich über [...] Marktveränderungen umfassend zu informieren. Nirgendwo sonst erhalten Vermittler einen derart ausführlichen Marktüberblick und können sich in Kongressen und Workshops zu den aktuellen Branchenneuerungen weiterbilden.“

Dieter Knörrer

„2017 richten wir unseren Blick wieder ausschließlich nach vorne: Branchenaktuelle Themen, neue Geschäftsbereiche und junge Produkte werden die Inhalte der diesjährigen DKM bestimmen.“

Konrad Schmidt



ihre Geschäftsmodelle zu überdenken sowie die Zielgruppenansprache entsprechend anzupassen. Die DKM ist der ideale Ort, um sich über derartige Marktveränderungen umfassend zu informieren. Nirgendwo sonst erhalten Vermittler einen derart ausführlichen Marktüberblick und können sich in Kongressen und Workshops zu den aktuellen Branchenreuerungen weiterbilden.

Können Sie schon einen konkreten Ausblick auf die Inhalte der DKM 2017 geben?

KS Unser Organisationsteam arbeitet bereits wieder mit Hochdruck daran,

ein interessantes und informatives Rahmenprogramm für die Besucher zusammenzustellen, das sich am viel zitierten Puls der Zeit bewegen wird. Wir widmen zum Beispiel dem brandheißen Thema „IDD“ einen Kongress. Auch wird das umfangreiche Thema „Digitalisierung“ wieder eine besonders große Rolle spielen: Wie schon im letzten Jahr wird es zum Bereich „Digitale Maklerkommunikation und IT“ wieder einen Kongress geben. Außerdem können wir jetzt schon verraten, dass wir nach dem großen Erfolg des letzten Jahres erneut einen Kongress und einen Themenpark „InsurTech“ präsentieren werden: Hier können sich die DKM-Teilnehmer wieder einen kompakten Überblick über die „jungen Wilden“ der Branche, deren Produktneuheiten und Dienstleistungen verschaffen.

DKM-Splitter

Meet-Night wird Dinner-Night

Nach dem Trubel des ersten Messestags gibt es auch auf der DKM 2017 ausreichend Gelegenheit zum Relaxen, Reden und Revue-passieren-lassen. Egal ob beim gemeinsamen stilvollen Dinner oder beim anschließenden Partyabend mit Musik, das Miteinander wird garantiert nicht zu kurz kommen. Für die jeweilige Abendgestaltung gibt es zweierlei Tickets, eine Dinner- und eine Laufkarte. Aktuelle Informationen zur Dinner-Night gibt es im Vorfeld der DKM unter: www.die-leitmesse.de/dinner-night

Anmeldung zur DKM jetzt möglich

Der frühe Vogel fängt den Wurm ... Die Online-Anmeldung zur Leitmesse der Finanz- und Versicherungswirtschaft ist schon jetzt aktiviert. Unter www.die-leitmesse.de können sich Interessenten ihr Ticket buchen und hier findet sich auch ein Link zu DortmundTourismus, über die eine Zimmerbuchung unkompliziert möglich ist. Wenn das organisatorische Drumherum aus dem Weg ist, kann es anschließend mit voller Kraft an die inhaltliche Vorbereitung des Messebesuchs gehen.

Die Leitmesse in den sozialen Medien

Gespräche, Kontakte und das persönliche Miteinander sind das A und O der DKM. Informieren und austauschen kann man sich aber natürlich auch im Vorfeld der DKM. Außer auf unserer Internetseite finden sich alle aktuellen Informationen und mehr auch in unseren Social-Media-Kanälen. Unter dem Hashtag #DKMmesse erfährt man auf Facebook, XING, Googleplus und Twitter alle neuesten News und Infos zur Leitmesse der Versicherungs- und Finanzwirtschaft.

Finanzierungslücke bei Kranken- und Pflegeversicherung?

(ac) Die alternde Bevölkerung stellt die gesetzliche Kranken- und die soziale Pflegeversicherung künftig vor große Herausforderungen. Mit der steigenden Zahl der älteren Menschen nimmt auch die Zahl der Kranken und Pflegebedürftigen zu. Demzufolge wachsen in den kommenden Jahrzehnten die Ausgaben in der Kranken- und Pflegeversicherung, zugleich verringern sich jedoch die Einnahmen, da es weniger erwerbstätige Beitragszahler gibt. Dies zeigt eine Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW).

Bei gleichbleibendem Leistungsniveau und den derzeitigen Beitragssätzen prognostiziert die Untersuchung eine enorme Finanzierungslücke in beiden Systemen: Die Lücke könnte sich bis 2030 allein in der gesetzlichen Krankenversicherung auf knapp 36 Mrd. Euro pro Jahr ausweiten, bis 2040 dann auf gut 51 Mrd. Euro. In der sozialen Pflegeversicherung werden im Jahr 2030 knapp 8 Mrd. Euro und 2040 rund 10 Mrd. Euro im Jahr fehlen.

Analyse rechnet mit steigenden Beitragssätzen

Um den derzeitigen Leistungsumfang der Kranken- und Pflegeversicherung aufrechterhalten zu können, müssten bei konstant bleibenden Steuerzuschüssen laut IW-Analyse die Beitragssätze angehoben werden: für die Krankenversicherung von derzeit 14,6% auf 19,2% im Jahr 2040 und für die Pflegeversicherung von aktuell 2,55% (bzw. 2,8% für Versicherte ohne Kinder) auf 3,2% im Jahr 2040.

Die Studie geht davon aus, dass inklusive Arbeitslosenversicherung nach derzeitiger Entwicklung langfristig über die Hälfte des Bruttoeinkommens an die Sozialversicherung abgegeben werden müsste – Steuern sind dabei noch nicht berücksichtigt.

Vorstände sehen Ansprüche von Insolvenzverwaltern als Hauptursache für D&O-Schadenfälle

(ac) Bei Schadenersatzansprüchen aus Unternehmenspleiten halten sich die Insolvenzverwalter in Deutschland zunehmend an die verantwortlichen Manager. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Managerhaftung 2017“ des Kölner D&O-Versicherers VOV GmbH, für die 200 Geschäftsführer deutscher Unternehmen befragt wurden. Demnach glaubt die Mehrheit (57%) der Geschäftsführer und Vorstände, dass die meisten D&O-Schadenfälle auf Ansprüche von Insolvenzverwaltern zurückgehen. Das sind mehr als in den Vorjahren: 2015 sagten das in einer vergleichbaren Umfrage nur 51% der Manager. Vorstände und Geschäftsführer können für vielfältige Entscheidungen im Vorfeld einer Insolvenz zur Rechenschaft gezogen werden. Der Haftungsfall kann beispielsweise eintreten, wenn verantwortliche Manager noch Rechnungen bezahlen, obwohl das Unternehmen bereits insolvenzreif ist. Auch wenn dem Top-Management nachgewiesen werden kann, dass von ihm getätigte oder genehmigte Geschäfte die Zahlungsunfähigkeit verursacht haben, tritt der persönliche Haftungsfall ein.

Andere Gründe für D&O-Haftungsfälle werden deutlich seltener genannt, beispielsweise dienstvertragliche Auseinandersetzungen (44%), Unternehmensschaden durch Kalkulationsfehler (33%), Nichtbeachtung von Compliance-Vorschriften (28%) oder Ansprüche im Zusammenhang mit Übernahmen und Fusionen (26%).

Insolvenz-Frühwarnsysteme nicht sehr verbreitet

Zugleich haben der Studie zufolge viele Unternehmen bisher keine Vorkehrungen zur Insolvenzvermeidung getroffen. Ein Notfallplan existiert in 44%, ein Frühwarnsystem in 31% der Unternehmen. 26% der Befragten vertrauen darauf, dass sie rechtzeitig von ihrem Steuerberater gewarnt werden. Fast genauso viele Manager (24%) sind sicher, dass ihre Bank sie nicht fallen lassen würde. Die Mehrheit der Geschäftsführer ist dabei grundsätzlich bereit, Risiken in Kauf zu nehmen: 60% würden sich auch künftig bei einer geschäftlichen Entscheidung von den wirtschaftlichen Chancen für ihr Unternehmen leiten lassen. Dafür wären sie auch bereit, Compliance-Vorschriften zurückzustellen. Allerdings hat die Risikobereitschaft etwas abgenommen, 2015 hatten noch 66% der Manager diese Aussage gemacht.



Die Mehrheit der Geschäftsführer und Vorstände glaubt, dass die meisten D&O-Schadenfälle auf Ansprüche von Insolvenzverwaltern zurückgehen.

Rente: Wunsch und Wirklichkeit klaffen weit auseinander

(ac) Die Vorstellungen der verschiedenen Generationen über ihre Bedürfnisse im Rentenalter liegen weit auseinander. Ausflüge, Reisen, kulturelle Veranstaltungen, modische Kleidung stehen bei der Generation der heute 25- bis 35-Jährigen hoch im Kurs, wenn man sie nach ihren Bedürfnissen im Ruhestand fragt. Für die Generation 65plus hingegen nehmen zum Beispiel Reisen einen deutlich geringeren Stellenwert ein. Dies sind Ergebnisse einer Umfrage, die das Marktforschungsinstitut YouGov im Auftrag der Stuttgarter Lebensversicherung a.G. durchgeführt hat.

Endlich Zeit für die schönen Dinge des Lebens – diese Vorstellung des Ruhestands ist vor allem in den Köpfen der heute 25- bis 35-Jährigen verankert. 54% der Befragten geben an, als Rentner Reisen und Ausflüge unternehmen zu wollen. Bei den Befragten ab 65 Jahren geben dies nur 37% an. Ihnen sind alltägliche Bedürfnisse nach Unterhaltung (47%) oder nach aktueller Kommunikationstechnik (52%) wichtiger. „Rentner heute passen ihre Bedürfnisse ihren finanziellen

Möglichkeiten an“, ist Dr. Linda Dahm, Marketingleiterin der Stuttgarter, überzeugt. „Da das Alter bei den Jüngeren noch in weiter Ferne liegt, verschließen sie offenbar die Augen vor dem sinkenden Niveau der gesetzlichen Rente und dem damit verbundenen Risiko der Altersarmut.“ Es kommt zu einer Kluft zwischen der Vorstellung und der Wirklichkeit dessen, was sich jüngere Menschen in ihrem Rentenalter wahrscheinlich werden leisten können.

Sensibilisierung mit „Initiative gegen Altersarmut“

Zur Sensibilisierung der jüngeren Generation zeigt Die Stuttgarter im Rahmen der „Initiative gegen Altersarmut“ die Realität von Altersarmut am Beispiel von vier echten Rentnerinnen und Rentnern. Die Ruheständler aus verschiedenen Regionen Deutschlands haben sich für Die Stuttgarter bereit erklärt, einen Brief an sich selbst zu schreiben – an ihr „jüngeres Ich“. Die Stuttgarter hat den Schreibprozess in Texten, Bildern und Videos dokumentiert, zu finden unter www.gegenaltersarmut.stuttgarter.de

Anzeige



www.makler.mannheimer.de

Technische Versicherung Transport-versicherung Haftpflicht-versicherung Sach-versicherung Garantie-versicherung

**Wir können Zielgruppen.
Sie sagen welche.**

SUPRIMA

Ertragsausfall- und Kostenversicherung für
Freiberufler und selbstständig beratend Tätige

- Betriebsabsicherung bei Arbeitsunfähigkeit
- Ersatz der fortlaufenden Kosten
- Vertreterkosten
- Ersatz des entgangenen Betriebsgewinns

M
Mannheimer

Maklerdirektion	Telefon	E-Mail	Maklerdirektion	Telefon	E-Mail
Berlin	0 30. 89 02 01 21	mdberlin@mannheimer.de	Leipzig	03 41. 64 93 211	mdleipzig@mannheimer.de
Bielefeld	05 21. 9 67 14 34	mdbielefeld@mannheimer.de	Mannheim	06 21. 4 57 12 50	mdmannheim@mannheimer.de
Hamburg	040. 37 00 91 61	mdhamburg@mannheimer.de	München	0 89. 51 75 24 44	mdmuenden@mannheimer.de
Köln	02 21. 16 00 52 28	mdkoeln@mannheimer.de	Stuttgart	0 711. 78 23 90 65	mdstuttgart@mannheimer.de
			ZN Schweiz	0041 (0)44 289 88 00	info@mannheimer.ch

Gemeinsamer Kongress von AssCompact Österreich und DGVH zur Absicherung von Vermögensschäden

(ac) Die professionelle Absicherung gegen Vermögensschäden steht im Fokus des Vermögensschadenhaftpflichtkongresses am 18.05.2017 in Wien, den die Deutsche Gesellschaft für Vermögensschadenhaftpflicht e.V. (DGVH) und AssCompact Österreich veranstalten.

Die Haftung für Beratungsfehler erklimmt neue Höhen: Gesetzgebung und Rechtsprechung verschärfen permanent das Haftungsrisiko, strategische und operative Entscheidungen stehen zunehmend im Fokus von Straf- und Zivilgerichten. Zeitgemäße Versicherungslösungen für diese sensible Thematik sind daher ein Gebot der Stunde. Beim Vermögensschadenhaftpflichtkongress am 18.05.2017 in der Pyramide in Wien/Vösendorf referieren Spezialisten aus Deutschland und Österreich über aktuelle Entwicklungen und die professionelle Absicherung von Vermögensschäden – ein Thema, das für den Großteil der beratenden Berufe hohe Brisanz hat.

VSH aus Sicht der Rückversicherer, Kunden und Vermittler

Nach einem Überblick über den Markt, die Anbieter und die Produkte durch den Haftpflichtexperten und Moderator des Kongresses, Dr. Helmut Tenschert, beleuchten jeweils Referenten aus Österreich und Deutschland das Thema Vermögensschadenhaftpflicht aus Sicht der Rückversicherer, aus Sicht der Kunden und der Vermittler. Ein weiterer Vortrag beschäftigt sich mit den Ressentiments der Versicherungswirtschaft gegen Vermögensschäden und sucht Lösungsmöglichkeiten. Den Schlusspunkt des Kongresses bildet eine Podiumsdiskussion mit allen Referenten. Im Preis von 149 Euro (zzgl. 20% MwSt.) ist neben dem Seminarbeitrag auch die kulinarische Verpflegung inbegriffen. Anmeldung unter www.asscompact.at



Auch Gäste aus Deutschland sind willkommen beim Vermögensschadenhaftpflichtkongress, der am 18.05.2017 in Wien stattfindet.

Uni Oldenburg mit Studienprogramm „Risikomanagement“

(ac) Das Studienprogramm „Risikomanagement für Finanzdienstleister“ an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg bietet Interessenten eine Möglichkeit, sich individuell und zur jeweiligen Lebens- und Berufssituation passend im Bereich des Risikomanagements der Finanzdienstleistungsbranche weiterzubilden. Innerhalb ihres Studiums absolvieren die Studierenden zwölf Pflichtmodule und wählen weitere drei Wahlpflichtmodule nach eigenem Interesse aus. Jedes Modul bildet eine abgeschlossene inhaltliche Einheit zu einem Thema des Risikomanagements. Die Regelstudienzeit im berufsbegleitenden Masterstudiengang „Risikomanagement für Finanzdienstleister“ beträgt sechs Semester. Zum Ende ihres Studiums belegen die Studierenden das Master-Abschlussmodul, innerhalb dessen sie ihre Abschlussarbeit anfertigen.

Zertifikatsstudium

Mit der Belegung von Einzelmodulen oder dem Erwerb eines Certificate of Advanced Studies (CAS) oder Diploma of Advanced Studies (DAS) können neben dem Masterstudium auch weitere Abschlüsse erworben werden. In Form von einzelnen Modulen oder thematisch gebündelten Expertenprogrammen im Bereich Risikomanagement werden verschiedene Schwerpunkte und Inhalte mit einem Umfang von 6 bis 30 Kreditpunkten angeboten. Dies bietet die Möglichkeit, kompakt und zielgerichtet aktuelles Know-how zu erlangen, um sich kurzfristig für neue berufliche Herausforderungen zu rüsten. Schwerpunkte sind unter anderem Finanzmarkttheorie, Risikomodelle, Kapitalmarkt oder Modellierung. Alle Abschlüsse können bei Bedarf erweitert oder auf das Masterstudium angerechnet werden. Für das Zertifikatsstudium sind keine besonderen Zugangs voraussetzungen zu erfüllen. Weitere Infos gibt es unter www.uni-oldenburg.de/risikomanagement.

Kooperation in Hannover lässt „House of Insurance“ entstehen

(ac) Die Universität Hannover und die hannoversche Versicherungswirtschaft intensivieren ihre Zusammenarbeit. Dazu wird im Januar 2018 an der Leibniz Universität das „House of Insurance“ gegründet. Beteiligt sind die in Hannover ansässigen Versicherer Concordia, Hannover Rück, Mecklenburgische Versicherungen, Talanx/HDI, VGH, VHV und Wertgarantie, die bereits seit vielen Jahren eine Professur für Versicherungsmathematik an der Leibniz Universität Hannover unterstützen. Gemeinsam mit dem Land Niedersachsen fördern sie auch das Kompetenzzentrum für Versicherungswissenschaften.

Unterstützung und Veranstaltungen

Im neuen „House of Insurance“ sollen neben den bereits an der Leibniz Universität existierenden Lehrstühlen im Bereich Versicherungökonomie und -mathematik auch zwei neue Stiftungsprofessuren für Versicherungsmathematik und Versicherungsrecht finanziell und ideell unterstützt werden. Geplant sind zudem Veranstaltungen zur wissenschaftlichen und beruflichen Aus- und Weiterbildung wie Mentoring-Programme, Absolventenkongresse und die Vermittlung von Praktika sowie Bachelor- und Masterarbeiten in der Versicherungswirtschaft.

Stuttgarter Lebensversicherung zeichnet herausragende bAV-Abschlussarbeiten aus

(ac) Die Stuttgarter Lebensversicherung a.G. hat zum 6. Mal den „Stuttgarter bAV-Preis“ für herausragende Hochschularbeiten in der betrieblichen Altersversorgung (bAV) verliehen. Den Preis teilen sich diesmal Vera Bensberg und Carsten Reuter. Vera Bensberg überzeugte die Jury mit ihrer Abschlussarbeit zum Thema „Rentenanpassungsverpflichtungen bei Direktzusagen und deren betriebswirtschaftliche Auswirkungen: Überlegungen zum § 16 BetrAVG und zum § 30c Abs. 1 BetrAVG“. Carsten Reuter gewann mit seiner Arbeit zum Thema „Betriebliche Altersversorgung goes digital – Rechtliche Grundlagen und Nutzen eines bAV Online-Portals am Beispiel der Firma Schaeffler“. Beide Preisträger sind Absolventen des Studiengangs Betriebswirt für betriebliche Altersversorgung (FH) der Hochschule Koblenz. Der Studiengang wird seit 14 Jahren vom CAMPUS INSTITUT organisiert. Die Gewinner konnten ihren Preis Anfang April bei der 12. Alumnitagung der bAV-Betriebswirte in Frankfurt am Main entgegennehmen. Die Auszeichnung ist mit insgesamt 1.000 Euro dotiert und wird einmal im Jahr verliehen.

bAV zwischen Tradition und Moderne

Dr. Henriette Meissner, Geschäftsführerin der Stuttgarter Vorsorge-Management GmbH und Generalbevollmächtigte bAV der Stuttgarter Lebensversicherung a.G., führte in der Laudatio aus, dass „sich in der betrieblichen Altersversorgung Tradition und Moderne, Verantwortung des Arbeitgebers und Machbarkeit in der Praxis treffen“. Es sei daher kein Zufall, dass sich die eine prämierte Arbeit mit der Digitalisierung beschäftige, während die andere Arbeit sich mit dem traditionellsten Durchführungsweg der bAV, der Direktzusage, auseinandersetze.

Anzeige

GESUNDHEITS FAIR STABIL. STARK. ANPASSBAR.

DIE NEUE
VOLLVERSICHERUNG

Oberzeugt im Beratungsgespräch. Die neue Vollversicherung der SDK. Mit starken Argumenten, wie zum Beispiel der Auszeichnung zur fairen PKV Deutschlands dreimal in Folge* oder dem neuen modularen Tarifwerk. Perfekt für Ihre ganz individuelle und erfolgreiche Kundensprache.

Gesundheit fair absichern. Jetzt informieren unter gesundheitsfair.de

*n-tv Deutscher Falmesspreis. GesamtSieger Private Krankenversicherer durch Kundenurteil.

SDK
Süddeutsche
Krankenversicherung

„insurHUB“ will Impulse für Versicherungswirtschaft setzen

(ac) „Versicherung neu denken“ ist das erklärte Ziel des Innovationskatalysators insurHUB. Darin kooperieren die Versicherer HDI, LVM, Markel, Provinzial NordWest und die RheinLand Versicherungsgruppe mit dem Beratungshaus EY Innovalue, dem Softwarehersteller SAP und der V.E.R.S. Leipzig GmbH. Das interdisziplinäre Team setzt sich aus 13 Mitgliedern der teilnehmenden Unternehmen zusammen.

Herausbildung neuer Ideen und Lösungsansätze für die Branche

Im Rahmen des insurHUBs sollen -zukünftige Szenarien und Handlungsstränge abgeleitet, neue Ideen und Lösungsansätze für die Versicherungswirtschaft herausgebildet und mittels Design-Thinking-Methoden in schnell funktionsfähige Prototypen überführt werden. Die Ergebnisse können die kooperierenden Versicherer auf die eigene Geschäftstätigkeit übertragen und unternehmensspezifisch weiterentwickeln.

Lebenswelt Wohnen im Fokus

Zum Start widmet sich der Innovationskatalysator insurHUB der Lebenswelt Wohnen. Das Team arbeitet unter anderem an Prototypen, die technische und sensorische Mehrwerte im Bereich Smart Home schaffen sollen. Dazu erklärt Christian Mylius, Managing Partner von EY Innovalue und einer der Initiatoren des insurHUBs: „Die enorme Geschwindigkeit, mit der intelligente Produkte Teil unseres Alltags werden, ist für die Versicherungswirtschaft eine große Herausforderung, aber auch eine Chance. Im insurHUB schaffen die teilnehmenden Unternehmen Prozesse und Produktideen, um diese Entwicklung zum Beispiel mit innovativen Sachversicherungen zu begleiten.“

Darüber hinaus untersucht das insurHUB die Einflüsse der Digitalisierung auf den Versicherungsvertrieb.

Fonds Finanz und Finanzchef24 kooperieren im Gewerbebereich

(ac) Die Fonds Finanz Maklerservice GmbH setzt im Bereich Gewerbeversicherungen nun die Technologie der Finanzchef24 GmbH ein. Makler, die mit Fonds Finanz zusammenarbeiten, können so auf das Online-Beratungstool mit Gewerbeversicherungstarifen der Sparten Haftpflicht, Inhalt und Rechtsschutz zugreifen.

Für jede Betriebsart werden alle relevanten Risikofaktoren eines Kunden im Rechner über Frageformulare vollständig erfasst und so der individuelle Absicherungsbedarf für das spezifische Gewerbe berechnet. Dazu gehören auch Berufe mit einem besonders vielschichtigen Risikoprofil wie Ärzte oder Ingenieure. Darüber hinaus können Vermittler die Tarife verschiedener Anbieter vergleichen und bei Bedarf ein Angebot direkt erstellen und online abschließen. Alle Prozesse werden automatisch in ein elektronisches Beratungsprotokoll übertragen und können mit allen Verträgen digital verwaltet werden. Die Einreichung der erzeugten Anträge bei den Versicherungsgesellschaften erfolgt dabei über eine Direktanbindung der Fonds Finanz.

softfair baut Maklerverwaltungsprogramm aus

(ac) Das „AkquiseCenter“ wird nach Angaben der softfair GmbH monatlich von mehr als 20.000 Anwendern als Einstiegsplattform in die Analyse- und Vergleichsprogramme von softfair genutzt und dient zudem als Interessenten- und Angebotsverwaltung. Wie das Softwarehaus nun mitteilt, hat es das webbasierte Maklerverwaltungsprogramm weiterentwickelt. Zukünftig präsentiert sich das Portal mit neuer Benutzeroberfläche und lässt sich über mobile Endgeräte aufrufen. Vermittler können die Funktion eines Aufgaben- und Terminmanagements nutzen. „Es war Zeit, unser AkquiseCenter für das digitale Zeitalter rundum zu erneuern,“ erklärt Tino Paegelow, Geschäftsführer und IT-Chef der softfair GmbH.

Bis Herbst soll das AkquiseCenter laut softfair weitere Funktionalitäten bieten. Dazu gehören unter anderem Vertrags- und Dokumentenverwaltung. Vertriebsorganisationen haben dann auch die Möglichkeit, angebundenen Maklern eine Bestandsauskunft über Kunden, Verträge und Dokumente zur Verfügung zu stellen. softfair will das AkquiseCenter zu einem CRM-System ausbauen, das einen vollständigen Überblick über alle Kunden- und Vertragsdaten bietet.

Flexirenten-Rechner zeigt Auswirkungen eines Hinzuerdienstes auf die Rente auf

(ac) Das Stuttgarter IT- und Prozessberatungsunternehmen media access GmbH hat einen Flexirenten-Rechner gestartet, der hinzuerdienenden Rentnern einen Überblick über die Auswirkungen ihres Hinzuerdienstes auf ihre Rentenzahlung verschafft. Mit dem neu gestarteten Flexirenten-Rechner der media access GmbH können sich Senior-Experten einen genauen Überblick über die Auswirkungen ihres Hinzuerdienstes, etwaige Rentenkürzungen und das daraus resultierende Gesamteinkommen verschaffen. Flexirenten-Rechner und weitere Informationen gibt es unter <https://www.media-access.net/produkte/flexirenten-rechner/>. Die Stuttgarter IT- und Prozessberatung hat mit der Softwarelösung „Senior-Experten Management“ bereits ein Tool entwickelt, mit dem Unternehmen genau den Senior-Experten finden können, der zu ihrem Projekt passt.

Zum Hintergrund

Am 01.01.2017 trat das sogenannte Flexirentengesetz in Kraft. Sein Ziel ist es, durch eine flexiblere Gestaltung des Übergangs vom Berufsleben in den Ruhestand das Weiterarbeiten über die Regelaltersgrenze hinaus attraktiver zu machen. Im Zuge dessen entfällt ab dem 01.07.2017 die bisherige Hinzuerdienstgrenze von monatlich 450 Euro sowie zweimal jährlich 900 Euro. Rentner vor der gesetzlichen Regelaltersrente können dann jährlich 6.300 Euro anrechnungsfrei hinzuerdienen. Einkünfte, die diese Grenze überschreiten, werden pauschal zu 40% bis zum Erreichen des sogenannten Hinzuerdienstdeckels auf die laufende Rente angerechnet. Der Hinzuerdienstdeckel errechnet sich aus den höchsten Entgeltpunkten (EP) der letzten 15 Jahre multipliziert mit 2.975 Euro (Wert für 2017, jährliche Anpassung). Überschreitet der Hinzuerdienst + Rente - 40%-Kürzung den Hinzuerdienstdeckel, wirkt sich diese Überschreitung zu 100% rentenmindernd aus.

vfm entwickelt MVP Keasy weiter

(ac) Das Maklerverwaltungsprogramm Keasy der vfm Konzept GmbH will Vermittlern praxistaugliche Lösungen auf dem Weg zum vollständig digitalisierten Maklerbüro bereitstellen. Die Voraussetzung für den Ausbau standardisierter Prozesse sei ein reibungsloser Datenaustausch zwischen Keasy und Versicherer-Software, wie vfm unterstreicht. Im Maklerverwaltungsprogramm wurde für eine vollständig automatisierte Dokumentenübermittlung und -verarbeitung nun eine Schnittstelle zum zeitsprung-Dokumenten-Service integriert. Ziel ist eine Zeitersparnis für den Makler. Bedarfsoorientiert wird die digitale Versicherer-Post per BiPRO430-Dokumenten-transfer mehrfach täglich abgerufen und innerhalb von Keasy den entsprechenden Verträgen und Vorgängen zugeordnet. Geliefert werden dabei nicht nur die Dokumente, sondern zum Teil auch entsprechende Zusatzdaten wie VS-Nummer oder Versicherungsnehmer. Durch das Zusammenwirken von Keasy und BiPRO-Dokumentenabholung könnten laut vfm mehr als 80% der Eingangspost komplett dunkel verarbeitet werden.

Anzeige

BESONDERS STABIL

DIE NEUE VOLLVERSICHERUNG

Die neue Vollversicherung der SDK. Individuell anpassbar mit dem neuen modularen Tarifwerk und besonders stabil, dank nachhaltiger Kalkulation. Damit auch morgen die Beiträge fair bleiben. Und Sie heute schon beste Argumente für Ihre Beratungsgespräche haben. Fair. Stark. Anpassbar.

Gesundheit fair absichern. Jetzt informieren unter gesundheitsfair.de

h-tv Deutscher Filmexpress. GesamtSieger Private Krankenversicherer durch Kundenurteil.

SDK
Süddeutsche
Krankenversicherung

Jungmakler Award: Weiterbildungsangebote schon während der Bewerbungsphase

(ac) Der Jungmakler Award, der es sich zum Ziel gesetzt hat, den Branchennachwuchs zu fördern und dabei von insgesamt 32 Gesellschaften der Finanz- und Versicherungswirtschaft unterstützt wird, präsentiert sich in diesem Jahr in seiner siebten Runde. Junge Versicherungsmakler, Finanzanlagenvermittler, aber auch Immobilienfinanzierer und Immobiliardarlehensvermittler sind derzeit wieder dazu aufgerufen, am Branchenwettbewerb teilzunehmen und sich mit der eigenen Konkurrenz zu messen.

Netzwerk und Webinar-Reihe

Dabei macht nicht nur die Aussicht auf hochdotierte Preise den Wettbewerb für die jungen Makler wertvoll: Die Teilnehmer profitieren insbesondere von dem starken Netzwerk und den Angeboten des Jungmakler Clubs, die sie bereits in der Bewerbungsphase in Anspruch nehmen können. Der Jungmakler Club bietet neben dem Austausch mit Mitbewerbern und Förderern auch eine Webinar-Reihe zur Weiterbildung und Stärkung der eigenen Marktposition. Hier erhalten die Teilnehmer beispielsweise Tipps von Experten, wie sich schlank Aufgabenbeschreibungen für sämtliche Kernabläufe im Unternehmen entwickeln lassen, oder erfahren erprobte Standards für die Zusammenarbeit von Innen- und Außendienst.

Den Gewinnern des Jungmakler Awards winken folgende Preise: Der Erstplatzierte erhält ein Preisgeld von 10.000 Euro sowie einen Gutschein des CAMPUS INSTITUT für das Studium Finanzfachwirt/-in (FH) im Wert von 5.900 Euro. Dem Gewinner des zweiten Platzes werden 5.000 Euro sowie ein Gutschein über die Teilnahme an den Entwicklungstagen® des Institut Ritter auf der Insel Rügen überreicht. Über 3.000 Euro und einen Bildungsgutschein der Deutsche Makler Akademie gGmbH im Wert von 1.000 Euro kann sich der Drittplatzierte freuen.

Bewerbungsschluss 30.06.2017

Die Teilnehmer dürfen maximal 39 Jahre alt sein und müssen in den letzten fünf Jahren ihrer Berufslaufbahn erstmals ein Versicherungs-/Finanzmakler- und/oder Immobilienfinanzierungsunternehmen gegründet, erworben oder übernommen haben. Eine Bewerbung ist bis zum 30.06.2017 möglich. Die Anmeldung sowie die genauen Teilnahmebedingungen finden sich unter www.jungmakler.de.



Auch die Gewinner des Jungmakler Awards 2016 sind im Jungmakler Club und geben ihre Erfahrungen gerne weiter.

ING-DiBa und Versicherungs-Robo-Advisor Clark kooperieren

(ac) Über die Webseite der ING-DiBa (www.ing-diba.de/clark) erhalten die Kunden der Bank nun Zugang zum Online-Versicherungsservice des Robo-Advisors Clark und somit die Möglichkeit, ihre Versicherungen online zu managen. Möglich macht das eine Zusammenarbeit von ING-DiBa und Clark. Auf der Webseite von Clark lassen sich innerhalb weniger Minuten bestehende Versicherungen digitalisieren. Anschließend erhält der Nutzer im Clark-Versicherungscockpit eine Übersicht über alle seine bestehenden Versicherungen sowie eine Einschätzung seiner gesamten Versicherungssituation. Der eigens von Clark entwickelte Robo-Advisor bewertet bestehende Verträge und schlägt bessere Versicherungen vor. Dadurch wird die Versicherungssituation des Kunden automatisch regelmäßig optimiert.

Swiss Life neues Mitglied der Brancheninitiative easy Login

(ac) Das Single Sign-On Portal easy Login kann mit Swiss Life Deutschland ab Mai 2017 sein 26. Vereinsmitglied willkommen heißen. Somit steht den rund 15.000 aktivierten Vermittlern ein weiterer Partner für den einfachen und zugleich sicheren Portalzugriff von easy Login zur Seite.

easy Login wurde im März mit dem Siegel des Brancheninstituts für Prozessoptimierung (BiPRO) der Status „Top-Anwender“ verliehen. Hierdurch bescheinigt auch der BiPRO e.V., dass easy Login einen nennenswerten Beitrag dafür leistet, die BiPRO-Normen mit Hilfe mehrerer Versicherer umzusetzen und so den Vermittlern durch genormte Standards die Arbeit erleichtern zu können.

Gewerbe: DOMCURA sichert Inventar von Arztpraxen ab

(ac) Die Sachwerte einer Arztpraxis können nun mithilfe der neuen DOMCURA Inventar-Spezialpolice für Ärzte abgesichert werden, die über den DOMCURA Gewerberechner abschließbar ist. Auf die jeweilige Risikosituation zugeschnitten, bietet der neue Rundumschutz eine Absicherung für den Mediziner und alle nichtakademischen Heilberufe. Egal, ob es sich beispielsweise um eine Arzt-, Physiotherapie- oder auch eine Logopädiepraxis handelt – über Inhalts-, Glas-, Ertragsausfall sowie Technische Versicherungen sind sowohl die Sachwerte als auch die Erträge der Praxis geschützt.

Durch eine integrierte Leistungs-Update-Garantie können Bestandskunden automatisch von künftigen Tarifverbesserungen profitieren. Ebenso eingeschlossen ist grobe Fahrlässigkeit bis zur Versicherungssumme und auch Waren und Vorräte gehören neben der Betriebs-einrichtung zu den versicherten Sachen.

Zurich startet neues Kundensegment Commercial Insurance

(ac) Zurich hat die Zusammenlegung der Geschäftsbereiche für mittelständische und große Unternehmenskunden abgeschlossen. Seit Anfang April übernimmt das neu geschaffene Team Commercial Insurance in Deutschland die Aufgaben der früheren Kundensegmente Mittelstand und Global Corporate. Ziel der organisatorischen Zusammenlegung ist es nach Unternehmensangaben, die Kundenorientierung zu verbessern, indem Strukturen vereinfacht, Synergien gehoben und die Marktansprache vereinheitlicht werden.

Servicekonzept für ausgewählte Vertriebspartner

Im Vertrieb arbeitet das neue Commercial-Insurance-Team in Deutschland hauptsächlich mit etwa 350 definierten Maklern zusammen. Neben internationalen Großmaklern, die bei Zurich mit zentralen Broker Relationship Leadern zusammenarbeiten, handelt es sich dabei um größere lokale Makler mit einem Schwerpunkt im Geschäft mit mittelständischen Unternehmen. Diese Vertriebspartner erhalten persönliche Maklerbetreuer an verschiedenen regionalen Standorten des Versicherers. Mit diesem Konzept will Zurich im Segment Commercial Insurance sowohl internationale als auch regionale Erwartungen erfüllen.

Anzeige

Jetzt durch Expansion Ihre Zukunft sichern

Mit der Übernahme von Maklerbeständen schaffen Sie als junger Unternehmer eine größere Basis für mehr Wirtschaftlichkeit. Allerdings ist dieser Schritt auch mit vielen Risiken verbunden. Setzen Sie daher bei Ihren Expansionsplänen auf unsere Expertise.

Wir bieten:

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

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

Eine Initiative von:

AssCompact

Resultate
Institut für Unternehmens- und Bestandsbewertung



DER BESTANDSMARKTPLATZ
Und Ihre Zukunft hat Bestand.

Beziehungsgeflechte des Versicherungsmaklers (Teil II)

Die Pflichten des Versicherungsmaklers gehen weit. So lautet einer der Kernsätze des Sachwalterurteils des BGH aus 1985. In der Praxis sind Makler in ihrem Pflichtenkreis häufig nicht allein tätig. Sie beschäftigen angestellte oder „freie“ Mitarbeiter, arbeiten mit Untervermittlern, Pools oder Zuträgern zusammen oder schließen Kooperationsabkommen mit anderen Maklern. Jede dieser rechtlichen Beziehungen berührt unterschiedliche Rechtsfragen. Besonders bedeutsam für Makler ist die Frage, inwieweit der Makler für das Fehlverhalten anderer einstehen muss. Ein Überblick über ausgewählte Rechtsfragen. (Fortsetzung von AssCompact 04/2017)

Rechtliche Einordnung von „Mitarbeitern“

Im gewöhnlichen Sprachgebrauch werden die für einen Makler tätigen Personen meistens im weitesten Sinne als Mitarbeiter bezeichnet. Selbstständige „Mitarbeiter“ werden – zur Abgrenzung von angestellten Mitarbeitern – auch „freie Mitarbeiter“ oder einfach „Untervermittler“ genannt.

Es ist notwendig, die für einen Makler tätigen Personen in rechtliche Kategorien einzuteilen. Grundsätzlich können vier verschiedene Kategorien von „Mitarbeitern“ [...] unterschieden werden: Tippgeber, Angestellte, Handelsvertreter, Makler.

Zur rechtlichen Einordnung sind diese Begriffe wenig geeignet. Es ist deshalb notwendig, die für einen Makler tätigen Personen in rechtliche Kategorien einzuteilen. Nur so kann sichergestellt werden, dass die verschiedenen rechtlichen Anforderungen erkannt und eingehalten werden können.

Grundsätzlich können vier verschiedene Kategorien von „Mitarbeitern“ oder Untervermittlern unterschieden werden: Tippgeber, Angestellte, Handelsvertreter, Makler.

Tippgeber

Ein Tippgeber stellt lediglich einen Kontakt zwischen einem Versicherungsvermittler und einem Kunden her. Am eigentlichen

Vermittlungsprozess ist der Tippgeber nicht beteiligt. Deshalb benötigt der Tippgeber keine Erlaubnis als Versicherungsvermittler, muss aber sein Gewerbe anzeigen. Die Vergütung des Tippgebers unterliegt grundsätzlich der Umsatzsteuer. In der Praxis ist darauf zu achten, dass der Tippgeber sich tatsächlich auf die reine Adressenweitergabe beschränkt und in keiner Weise an dem Beratungs-/ Vermittlungsprozess beteiligt ist. Dies ist dem Tippgeber mangels Gewerbeerlaubnis nicht gestattet. Ferner muss datenschutzrechtlich sichergestellt sein, dass der Tippgeber personenbezogene Daten von Kunden an den Makler weitergeben darf. Maklern ist zu empfehlen, mit Tippgebern eine schriftliche Tippgebervereinbarung zu schließen.

Angestellte

Für Angestellte des Maklers gelten grundsätzlich die allgemeinen arbeitsrechtlichen Vorschriften. Bei Angestellten, die direkt bei der Vermittlung von Versicherungsverträgen mitwirken, ist § 34d Abs. 6 GewO zu beachten. Danach muss der Makler sicherstellen, dass diese Personen über die für die Vermittlung der jeweiligen Versicherung angemessene Qualifikation verfügen, und geprüft haben, ob sie zuverlässig sind. Demnach wird für den bei der Vermittlung mitwirkenden Angestellten keine Qualifikation in der Breite (Sachkundenachweis) verlangt, sondern lediglich eine (beschränkte) Qualifikation, die für die Vermittlung eines konkreten Versicherungsvertrags notwendig und angemessen ist. Dies erfordert aber solide Produktkenntnis im Zusammenhang mit dem angebotenen Versicherungsvertrag und eine rechtsfehlerfreie Abwicklung des gesamten Beratungs- und Dokumentationsprozesses. Maklern ist zu empfehlen, dies bei den Mitarbeitern hinreichend zu schulen und regelmäßig zu überprüfen. Für die Prüfung der Zuverlässigkeit der angestellten Mitarbeiter reichen grundsätzlich die üblichen Bewerbungsunterlagen bei Angestellten. Die BaFin hält bei angestellten Vermittlern



Von Rechtsanwalt Hans-Ludger Sandkühler

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

zusätzlich die Überprüfung der Vermögensverhältnisse und die Einholung von AVAD-Auskünften für erforderlich.

Handelsvertreter

Bei den freien Mitarbeitern, die für einen Makler tätig sind, handelt es sich in der Regel um Handelsvertreter nach § 84 HGB. Diese sind als selbstständige Gewerbetreibende ständig damit betraut, für den Makler Versicherungsverträge zu vermitteln. Im Verhältnis zum Makler gelten für Handelsvertreter die allgemeinen Vorschriften des Handelsvertreterrechts. Dennoch weisen Handelsvertreter, die für einen Makler tätig sind, eine statusrechtliche Besonderheit auf: Weil sie als selbstständige Gewerbetreibende für einen Versicherungsmakler tätig sind, benötigen Sie eine eigene Erlaubnis als Versicherungsmakler nach § 34d Abs. 1 GewO. Das bedeutet, dass Handelsvertreter eines Versicherungsmaklers im Verhältnis zum Kunden gewerberechtlich und versicherungsrechtlich als Versicherungsmakler gelten. Im Verhältnis zum Kunden müssen sie deshalb insbesondere alle gesetzlichen Informations-, Beratungs- und Dokumentationspflichten der Versicherungsmakler beachten.

Demgegenüber wird der Versicherungsmaklervertrag in der Regel ausschließlich zwischen dem Kunden und dem Versicherungsmakler geschlossen. Wenn beim Abschluss des Versicherungsmaklervertrages der Handelsvertreter beteiligt ist, muss sichergestellt werden, dass der Handelsvertreter den Versicherungsmaklervertrag im fremden Namen (im Namen des Maklers) schließt und nicht im eigenen Namen. Nur so ist gewährleistet, dass für den Handelsvertreter im Verhältnis zum Kunden keine eigenen vertraglichen Pflichten entstehen. Vertraglich ist der Handelsvertreter dann ausschließlich gegenüber dem Versicherungsmakler aus dem Handelsvertretervertrag verpflichtet.

Soweit der Handelsvertreter eines Versicherungsmaklers über eine eigene gewerberechtliche Erlaubnis als Versicherungsmakler verfügt, ist eine gewerberechtliche Zuverlässigkeitssprüfung durch den Makler nicht erforderlich, weil diese bereits im Rahmen des gewerberechtlichen Erlaubnisverfahrens erfolgt ist. Allerdings

verlangt die BaFin auch bei Handelsvertretern von Versicherungsmaklern die Einholung von AVAD-Auskünften.

Bei der Abfassung des Handelsvertretervertrages ist darauf zu achten, dass dem Status des Handelsvertreters als selbstständigem Gewerbetreibenden Rechnung getragen wird. Dies gilt umso mehr für die tatsächliche Durchführung des Vertrages. Denn auch wenn der Handelsvertreter nach dem Handelsvertretervertrag selbstständig tätig ist, kann die tatsächliche Durchführung des

Vertrages zur An-

nahme eines Ange-
stelltenverhältnis-
ses führen. Das ist
dann der Fall, wenn
der Handelsvertre-
ter tatsächlich wie
ein Angestellter in

Bei der Abfassung des Handelsvertretervertrages ist
darauf zu achten, dass dem Status des Handels-
vertreters als selbstständigem Gewerbetreibenden
Rechnung getragen wird. Dies gilt umso mehr für die
tatsächliche Durchführung des Vertrages.

das Unternehmen des Versicherungsmaklers integriert und
angewiesen wird. Indizien sind etwa fester Arbeitsplatz im
Unternehmen, Weisungsgebundenheit, regelmäßige Anwesen-
heitspflicht, Telefondurchwahl, Urlaubsregelungen etc.

In diesen Fällen vermutet die Rechtsprechung, dass der Handelsvertretervertrag nur zum Schein abgeschlossen ist, um eine eigentlich angestellte Tätigkeit zu verdecken. In derartigen Fällen von Scheinselbstständigkeit geht die Rechtsprechung von einem sogenannten faktischen Arbeitsverhältnis aus, für das die allgemeinen arbeitsrechtlichen Regeln gelten. Dies birgt für den Makler die Gefahr, dass die von dem Handelsvertreter erzielten Umsätze als Arbeitslohn angesehen werden und davon rückwirkend für vier Jahre die kompletten Sozialversicherungsbeiträge einschließlich der Arbeitnehmeranteile sowie Lohnsteuer vom Makler an die Sozialversicherungs- und Finanzbehörden abgeführt werden müssen. Angesichts der Dimension der potenziellen Abführungspflicht ist dies für jedes Maklerbüro als erhebliches Risiko einzustufen.

Scheinselbstständigkeit wird in der Praxis häufig mit der Rentenversicherungspflicht für arbeitnehmerähnliche Selbstständige gemäß § 2 Satz 1 Nr. 9 SGB VI verwechselt. Eine solche Rentenversicherungspflicht kann den Handelsvertreter treffen, wenn er ausschließlich für einen Makler tätig ist. Arbeitnehmerähnlich ist, wer regelmäßig keinen versicherungspflichtigen Arbeitnehmer beschäftigt und auf Dauer und im Wesentlichen nur für einen Auftraggeber tätig ist. Dies zu klären, ist Sache des Handelsvertreters. ■

» **Mehr zu den Beziehungsgeflechten des Versicherungsmaklers folgt in AssCompact 07/2017**

Immer länger, immer älter

Diesmal erläutert Andreas Grimm in der Serie zum Bestandsmarktplatz, wie sich die veränderte Lebensplanung vieler Versicherungsmakler auf deren Bestände und Maklerunternehmen auswirkt.

„Wir kaufen Ihren Maklerbestand zu Bestpreisen!“, steht in der Broschüre eines auf den Kauf von Maklerbeständen spezialisierten Unternehmens. „Wir übernehmen Ihren Kundenbestand gegen eine lebenslange Rente“, heißt es sinngemäß bei einem anderen Anbieter. Warum aber sollte ein Makler seinen Maklerbestand an ein solches Unternehmen verkaufen? Warum soll ein Makler überhaupt irgendwann aufhören?

Der Makler könnte doch einfach weiterarbeiten, solange es ihm Spaß macht. Das Maklerunternehmen langsam auslaufen lassen und von den hart erarbeiteten Bestandscourtagen und dem aus dem Bestand resultierenden Folgegeschäft leben. In vielen Fällen wäre das die mit Abstand rentabelste Lösung für einen Makler – zumindest dann, wenn er und sein Schicksal ungefähr die gleichen Pläne haben. Mehr als 39% der Makler haben sich zum Ziel gesetzt, über das 70. Lebensjahr hinaus zu arbeiten – so die Ergebnisse der Umfrage, die das Resultate Institut für die AssCompact 2016 mitgestaltet hat. Den wenigsten Maklern ist jedoch klar, welche Auswirkungen dieser spät geplante Ausstieg auf ihr Unternehmen hat.

Kundenbestand altert mit und nimmt ab

In der Regel altert der Kundenbestand mit dem Inhaber mit. Besonders im Personenversicherungsgeschäft führt das dazu, dass die „Restlaufzeit“ des Kundenbestands immer weiter abnimmt – und damit auch dessen Ertragswert, also die auf heute abgezinsten zukünftig zu erwartenden Erträge des Maklerunternehmens. Der Wert des Maklerunternehmens sinkt also Jahr für Jahr – meist auch dann, wenn die vereinbarten Dynamiken in den ersten Jahren trotz des zunehmenden Kundenrückgangs zu steigenden Einnahmen führen können. Mancher Makler versucht, sich über einen größeren gewerblichen Anteil zu schützen. Eine trügerische Sicherheit, denn irgendwann wird sich ein solcher Kunde zu Recht fragen müssen, wie lange er auf seinen bisherigen Makler vertrauen soll, wenn dieser seine Nachfolge nicht irgendwann regelt.



Von Andreas Grimm

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

Für gute Übertragbarkeit sorgen

Einen wirklichen Schutz gegen den Wertverlust mit zunehmendem Alter gibt es nur, wenn der Makler frühzeitig dafür sorgt, dass sein Unternehmen rechtlich, organisatorisch und technisch möglichst gut übertragbar ist und er für sein Unternehmen einen Weg findet, sich stetig neue, jüngere Kunden zu erschließen. Ein solches Unternehmen ist auch noch bei einer Übergabe attraktiv für einen Käufer, wenn der Verkäufer in einem hohen Alter ist.

Fehlt ein solches sich verjüngendes Geschäftsmodell, beginnt nicht nur der Kundenbestand zu altern, sondern auch die Erosion des Geschäftsmodells des Maklers: Immer weniger Kunden bieten immer weniger Anlass für Beratung und Neugeschäft. Die Termin- oder Kontaktanzahl nimmt immer stärker ab, der Bestand schlafft sukzessive ein. Hinzu kommt, dass viele Käufer es auf das Eintreten einer alters- oder gesundheitsbedingten Notlage anlegen und Verhandlungen zunächst forcieren, um sie dann unauffällig zu verzögern – bis der Verkäufer dann doch in Torschlusspanik gerät und auf das eigentlich viel zu geringe Angebot einsteigt.

Schlägt das Schicksal früher zu, als der Makler geplant hat, leidet der Unternehmenswert zusätzlich. Ein „Notverkauf“ weit unter Wert mit erheblichem Kundenverlust wäre die Folge. Denn viele Maklerverträge enden mit dem Tod des Maklers. Von Bestpreisen ist der Makler dann weit entfernt, zumindest dann, wenn er keine geeignete Vorsorge betrieben und einen neutralen Bevollmächtigten oder einen Treuhänder bestimmt hat, der eine geordnete Übergabe an einen Käufer oder Nachfolger und die daraus resultierende Kaufpreiszahlung sicherstellen kann und der zumindest über seine Vollmachten retten kann, was noch zu retten ist. ■

» www.bestandsmarktplatz.de

DAS Netzwerk in der Finanz- und Versicherungswirtschaft

Mit freundlicher Unterstützung von
AssCompact

19. Mai 2017



GC Gleidingen
Niedersachsen

09. Juni 2017



GC Lippstadt
Nordrhein-Westfalen

30. Juni 2017



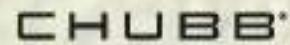
GC Schwanhof
Bayern

14. Juli 2017



GC Seefeld-Wildmoos
Tirol/Österreich

Weitere Sponsoren der Golfturniere der Versicherungswirtschaft 2017 sind:



Dr. Adams & Associates



Schroders

Weitere Informationen zu den Golfturnieren und Anmeldung unter: www.asscompact-events.de

Was zählen Fakten noch im „postfaktischen“ Zeitalter?

Postfaktisch? Alternative Fakten? Können Donald Trump und die sozialen Medien Aristoteles' Säulen der Rhetorik wirklich ins Wanken bringen? Nein, sie werden nicht fallen. Gerade im Business sind Fakten Fakten und Logik ist Logik. Während manche Politiker alles dafür tun, die wissenschaftliche Kunst der Rhetorik in Verruf zu bringen, sollte einen das im Geschäftsleben nicht wirklich tangieren.

In seinem Werk „Rhetorik“ erklärt Aristoteles bereits vor 2.300 Jahren die immer aktuellen drei Arten des Überzeugens: Logos, Ethos und Pathos. Aristoteles nannte sie auch die „drei überzeugenden Appelle“. In einfachen Worten bieten diese drei griechischen Begriffe einem Gegenüber oder Publikum Antworten auf drei fundamentale Fragen: 1. Hat unsere Kommunikation Sinn? Logos ist die Logik. 2. Sind wir glaubwürdig? Ethos ist Ihre Glaubwürdigkeit als Redner. 3. Fühlen sich unsere Gegenüber mit uns verbunden? Pathos ist die Emotion.

Inhaltselemente für mehr Logos, Ethos und Pathos

Logos	Ethos	Pathos
Fakten	Reputation	Vision & Träume
Daten	Expertise	Metaphern
Charts & Diagramme	Gemeinsamkeiten	Humor
Zahlen	Zitate	Geschichten
Umfragen	Publikums- interaktion	Verletzlichkeit
Statistiken		
Testergebnisse		
Forschung		
Rhetorische Fragen		
Beispiele		
Demonstration		

Quelle: Der TED-Effekt, Mück/Zimmer, 2017

In der Finanzbranche sind die meisten Leute auf der Logos-Seite gut vorbereitet. Sie kennen ihre Produkte und Services gut. Sie kennen die Prozesse, die Statistiken, die Vorteile. Aber Logos alleine reicht nicht. Für mehr Überzeugungskraft braucht es Logos, Ethos und Pathos. Die oben stehende Tabelle zeigt auf einen Blick überzeugende Inhaltselemente für mehr Logos, mehr Ethos und mehr Pathos in Vorträgen und in der Kommunikation generell:



Von Florian Mück

Der internationale Redner, Trainer und Autor wird als Referent beim DKM-Kongress Vertrieb, der bereits zum sechsten Mal inhaltlich von der Buhr & Team Akademie für Führung und Vertrieb AG gestaltet wird, zu hören sein. Der Kongress findet am 26.10.2017 in Halle 3B Raum 8 statt.

Hat unsere Kommunikation Sinn?

Zahlen, Daten, Fakten – 99,99% aller PowerPoint-Folien sind vollgeleistert mit Logos: Kapitalmarkttrenditen, Discounted Cash Flows, Zinsarbitrage, ROI, ... Das Ganze am besten noch garniert mit generischem Business-Jargon: Mehrwerte, kritische Massen und, wie könnte es anders sein, Win-win-Situationen. Es stört nicht, es tut nicht weh, weil es fast alle so machen. Man ist unter seinesgleichen. Banker, Versicherungsmakler, Unternehmensberater – fast alle sprechen die gleiche logische, businesseloquente Sprache.

Die Herausforderung: wir reden wie Imagebroschüren. Ein Versprechen jagt das nächste: „Mit unserem Produkt werden Sie Ihre finanzielle Unabhängigkeit steigern.“ „Nehmen Sie heute Steuervorteile für morgen mit.“ „Unser Produktportfolio basiert auf Qualität und Erfahrung.“

Wenn wir sagen, was wir machen, ist das ein Versprechen. Wenn wir sagen, was wir gemacht haben, ist das ein Beweis. Unser logisches Hirn bezweifelt Versprechen und es liebt Beweise in Form von spezifischen Beispielen.

Spezifische Beispiele von finanzieller Unabhängigkeit, zukünftigen Steuervorteilen oder Qualität und Erfahrung haben deshalb mehr Sinn. Wie heißt der Kunde? Was war das Problem? Was war die Lösung? Welches Produkt? Mit welchem Ergebnis? Je spezifischer, umso besser.

Sind wir glaubwürdig?

Menschen gehen gerne davon aus, dass ihnen geglaubt wird. Doch ist dem wirklich so? Für Freunde und Familien-

mitglieder können wir glaubwürdig sein. Für Kollegen und Geschäftspartner ebenfalls, aber was ist mit all den Menschen, die uns (noch) nicht kennen?

Für einen Rhetoriker ist der Aufbau von Kredibilität harte Arbeit. Inhaltlich kann man beispielsweise seine Reputation und Expertise vermitteln. Ethos bildende Anekdoten in Form von gelernten Lektionen schlagen dabei unsägliche „Über mich“-Folien in PowerPoint. Menschen lieben Geschichten, Lebensläufe finden sie auf XING oder LinkedIn. Auch mit Zitaten von Reputationsgiganten wie Warren Buffett stehlen wir Glaubwürdigkeit auf elegante Weise, ohne Dieb zu sein. Ein dritter Weg für mehr Kredibilität ist das Suchen nach Gemeinsamkeiten. Gemeinsamkeiten bauen Vertrauen auf. Mehr Vertrauen, mehr Glaubwürdigkeit und vice versa. Wie finden wir Gemeinsamkeiten als Redner? Wir stellen Fragen.

Wir schenken Menschen auch mehr Glauben, wenn sie Autorität ausstrahlen. Ob auf einer Bühne auf der DKM vor 500 Leuten oder im Besprechungsraum mit einer Handvoll potenzieller Kunden, es gilt immer die gleiche Formel: Autorität = offene Körpersprache + direkter Blickkontakt + Stimmvariation

Fühlen sich unsere Gegenüber mit uns verbunden?

Viele Geschäftsleute oder besser die massive Mehrheit von Geschäftsleuten ist überzeugt, dass Emotion in der Businesskommunikation nichts verloren hat. Falsch!

Wir haben ein logisches Hirn und ein emotionales Hirn. Hirntechnisch treffen wir keine einzige Entscheidung ohne emotionale Aktivierung. Und wenn sich Emotionen und Logik streiten, gewinnt immer nur einer. Warum also diese Mär von der emotionslosen Businesskommunikation?

Zugegeben, in der zahlengeriebenen Finanzwelt wäre es fatal, Logos gänzlich durch Pathos zu ersetzen. Fakt ist aber: Ein exzenter Rhetoriker spricht immer auch die Emotionen seiner Zuhörer an.

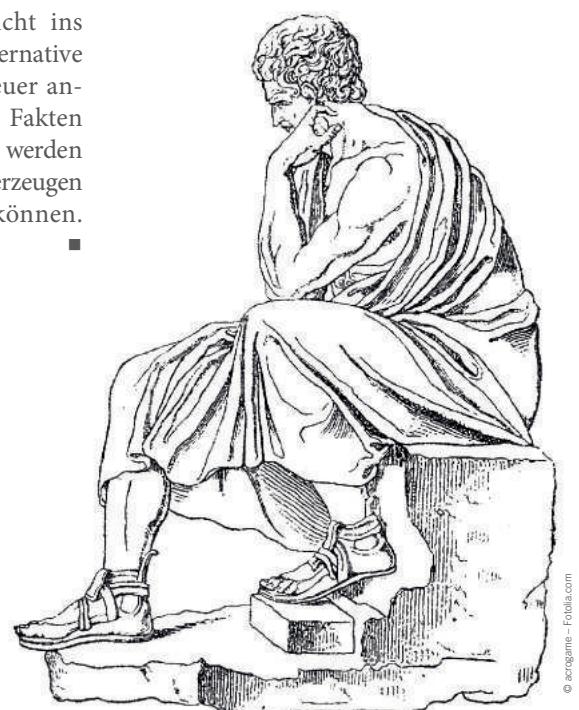
Deshalb empfiehlt es sich, Pathos zum Logos hinzuzufügen bzw. Logos geschickt in Pathos einzubinden. Metaphern zum Beispiel sprechen unsere Emotionen an. Aristoteles sagte: „Das mit Abstand Großartigste ist es, die Metapher gemeinsam zu haben.“

Warum also überlassen wir im Business das metaphorische Feld gänzlich der Werbung oder Eltern, die mit ihren sechsjährigen Kindern sprechen? Der Wert der Metapher ist universell: „Wie können wir bestehen im Treibsand der Altersvorsorge?“ „Unsere Finanzprodukte sind Balsam für die Märkte.“ „Unser Produktpotfolio ist ein Roulettetisch. Nur bei uns ist der Kunde die Bank.“

Neben der Metapher sprechen auch persönliche Geschichten mit dem emotionalen Hirn der Zuhörer. „Ich hatte gestern einen Kundentermin“, ist keine Geschichte. Geschichten starten an einem Zeitpunkt in der Vergangenheit. Geschichten brauchen eine Situationsbeschreibung, die am besten mehrere unserer fünf Sinne anspricht (nicht nur den visuellen). Geschichten brauchen Charaktere mit Namen, Aussehen und Persönlichkeit. Geschichten brauchen eine Herausforderung, einen „Kampf“ sowie eine Klimax. Und am allerwichtigsten: eine Lektion!

Jahrtausendelang war die Geschichte der Star am Lagerfeuer. Heute überlassen wir Netflix und Co. das Geschichtenerzählen. Warum? Unser Gehirn liebt Geschichten. Unsere Zuhörer können sich mit ihnen identifizieren. Mehr als alles andere schaffen unsere Geschichten Verbundenheit mit unseren Zuhörern. Und die gute Nachricht? Jede Zahl, jede Datenreihe, jede wissenschaftliche Studie können wir als Kommunikatoren in Geschichten packen.

Donald Trump und die sozialen Medien werden Aristoteles' Säulen nicht ins Wanken bringen. Selbst wenn alternative Fakten hier und da ein Strohfeuer anrichten sollten, werden Fakten Fakten bleiben. Und gerade im Business werden wir auch weiterhin Menschen überzeugen und zu Handlung bewegen können. Mit Logos, Ethos und Pathos. ■



Messebesuche – Lohnt sich das wirklich?

Eine Teilnahme lohnt sich immer – wenn Sie vorbereitet sind ... Hiermit meine ich insbesondere Messen, bei denen sich Kunden präsentieren, die zu Ihrer Strategie passen, die für Sie infrage kommen. Messen der eigenen Branche sind zur eigenen Informationsgewinnung sehr wichtig, für die Kundengewinnung eignen sich andere. Es gibt aber eine wichtige Voraussetzung, damit Ihr Messebesuch sich lohnt: Sie brauchen einen Plan und müssen sich vorbereiten. Nachfolgend möchte ich Ihnen hierzu ein paar Ideen geben. Am besten konkretisieren Sie für sich nach dem ersten Lesen nochmals Ihr Vorgehen. Messen sind – dies noch vorab – eine ideale Möglichkeit, ohne große Reisekosten viele potenzielle Kunden in einer Halle versammelt vorzufinden. Diese Möglichkeit wird branchenweit noch sehr stiefmütterlich genutzt.

Welche Messe, welche Kunden?

Durchdenken Sie genau, welche Messe für Sie den besten Kundenzugang liefert. Schauen Sie sich das Ausstellerverzeichnis an und markieren Sie die für Sie spannenden Unternehmen. Priorisieren Sie am besten nach Wichtigkeit, um im Trubel des Tages garantiert an den entscheidenden Ständen zu sein.

Wie gehen Sie vor?

Seien Sie Kunde, sehen Sie sich um! Lassen Sie sich ansprechen. Sprechen Sie über das, was Sie sehen. Stellen Sie offene Fragen. Ganz wichtig: Verkaufen Sie nichts! Es geht nicht um Sie. Irgendwann doch. Sie werden gefragt, was Sie machen. Holen Sie jetzt nicht aus, eine kurze Antwort reicht. Sie wollen nichts verkaufen! Ihr Ziel ist lediglich, den Namen des richtigen Ansprechpartners zu erhalten. Nur in seltenen Fällen ist der vor Ort, wenn – dann umso besser!

Wie behalten Sie den Überblick?

Das ist wirklich schwierig, zu viele Menschen haben Sie in zu kurzer Zeit gesehen. Notieren Sie sich immer direkt nach dem Gespräch alles Notwendige. Die Rückseite der Visitenkarten können Sie verwenden, sie reicht aber hierfür oft nicht aus. Fertigen Sie sich am besten eine Checkliste an. Wichtig ist:

- Wann, wo und welche Messe?
- Mit wem haben Sie gesprochen?
- Wie heißt Ihr Ansprechpartner?
- Was macht dieser Kunde genau?
- Welchen Aufhänger gibt es für ein späteres Gespräch?

Wie gehen Sie nach der Messe vor?

Rufen Sie bei den Unternehmen an. Beziehen Sie sich auf Ihr Gespräch mit Herrn X, der Ihnen die Info gab, einmal mit Herrn Y zwecks Terminvereinbarung Kontakt aufzunehmen. Telefonieren Sie ruhig die Unternehmen ab und vereinbaren Sie Termine. Lassen Sie den Termingrund ruhig allgemein. Es kann grundsätzlich um eine interessante Form der Zusammenarbeit gehen, die Sie auf der Messe besprochen und dann aber auf einen späteren Termin vertagt haben. Da nach der Messe bei vielen, gerade kleinen Ausstellern diverse Nacharbeiten notwendig sind – oft ist zudem das Tagesgeschäft liegen geblieben –, ist ein Abstand zwischen Messe und Anruf von ca. zwei Wochen empfehlenswert.

Natürlich ist es möglich, dass Sie den Ansprechpartner gleich auf der Messe erwischen. Wenn dem so ist, nutzen Sie diese Chance. Aber auch für diesen Fall gilt: Seien Sie der interessierte Kunde, der auf dieses Unternehmen aufmerksam geworden ist. Hinterfragen Sie diverse Aspekte.

Schlagen Sie dann vor, einen Termin zu vereinbaren, zu dem Sie auch einmal Ihr Unternehmen vorstellen können. Machen Sie sich spannend, machen Sie ein zweites Gespräch mit Ihnen wertvoll (Sie haben einen Bestand von X Kunden in der Region Y, vielleicht kann ja auch eine Zusammenarbeit erfolgen ...). Für mehr als diese Terminvereinbarung ist die Messe nicht geeignet. Ihr Ansprechpartner ist Aussteller, um Kunden zu gewinnen, nicht um Kunde zu werden.

Resümee: Ein Messebesuch hat großen Wert, wenn Sie vorab Ihre Hausaufgaben machen. Welche Messe besuchen Sie demnächst? ■



Von Steffen Ritter

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

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

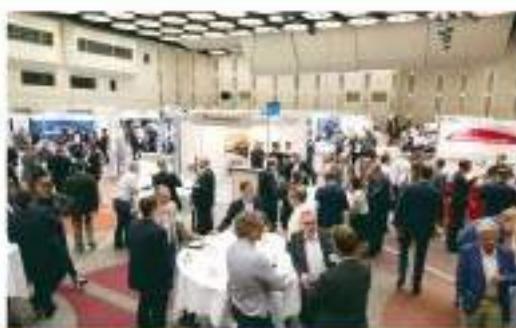
Forum betriebliche Versorgung

28.06.2017
ICS Messe
Stuttgart

AssCompact
WISSEN



Erleben Sie kompaktes Wissen!



Programm und Anmeldung unter:
www.asscompact.de/forum-betriebliche-versorgung

Teilnahmegebühr 95 €
inkl. Catering und MwSt.

Allianz
Lebensversicherungs-AG

Allianz
Private Markenversicherungs-AG

ALTE LEIPZIGER
VERSICHERUNGSGESELLSCHAFT

Maßstäbe / neu definiert

Barmenia
VERSICHERUNGSAG

CAMPUS
INSTITUT

Canada Life

CONDOR
VERSICHERUNGSAG

CONSAL
MitarbeiterService GmbH

Die Continentale

Deutsche Makler
Akademie

easy Logon
Sicherheit für den Internetzugang

ebase

ERGO

Fidelity
VERSICHERUNGSAG

Gothaer

HALLESCHE

HDI

Die HDI Versicherung

helvetia

Die Helvetia Versicherung

INSTITUT
VERSICHERUNG UND FINANZDienstleistungen

NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

PensExpert

R+V

SDK
Sachversicherungs- und Dienstleistungsgesellschaft

Dein Stuttgarter
Der Versicherungsdienst

SwissLife

württembergische
Der Fokus auf Ihre Zukunft

xbAV

ZURICH



Deutsche Immobilienmesse 2017: Der Treffpunkt für Immobilienexperten

(ac) Am 30.05. und 31.05.2017 ist es wieder so weit: Die kleine und mittelständische Immobilienwirtschaft trifft sich in Dortmund zur Deutschen Immobilienmesse. Nicht nur für Immobilienmakler und Wohnungsverwalter, auch für Finanzdienstleister und Investoren hat sich die Veranstaltung zu einem wichtigen Treffpunkt in Sachen Immobilien entwickelt. Hochwertige Information und Netzwerkmöglichkeiten stehen erneut im Fokus.

Digitalisierung, Regulierung und Professionalisierung – diese Schlagworte prägen nicht nur den Arbeitsalltag in der Finanz- und Versicherungswirtschaft. Auch die Immobilienwirtschaft muss sich täglich mit den Chancen und Herausforderungen dieser Themen auseinandersetzen. Um Immobilienmakler, Wohnungsverwalter, Eigentümer, aber auch Finanzdienstleister und Anleger mit den dafür nötigen Informationen zu versorgen und im gemeinsamen Austausch zwischen den Branchenmitgliedern neue Ansätze zu entwickeln, veranstaltet die bbg Betriebsberatungs GmbH in diesem Jahr zum zweiten Mal in Folge in Zusammenarbeit mit dem BVFI – Bundesverband für die Immobilienwirtschaft die Deutsche Immobilienmesse.

Größte Netzwerkveranstaltung ihrer Art

Am 30.05. und 31.05.2017 eröffnet der Branchentreffpunkt wieder seine Tore in den Westfalenhallen Dortmund. Mit der Konzentration auf die Alltagsherausforderungen der mittelständischen Immobilienwirtschaft ist sie die Leitmesse für kleine und mittelständische Branchenvertreter des Landes. Insgesamt erwarten die Veranstalter in diesem Jahr rund 3.000 Besucher aus kleinen und mittleren Immobilienunternehmen der Republik. Damit ist die Deutsche Immobilienmesse auch die größte Netzwerkveranstaltung dieser Art in Deutschland. Keine andere Messe versammelt gezielt so viele mittelständische Immobilienexperten an einem Ort.

Umfassende Information

Neben den Produkten und Ständen der ausstellenden Unternehmen steht auf der Deutschen Immobilienmesse 2017 wieder das umfassende Informationsprogramm aus Fachkongressen, Workshops und über 50 Top-Speakern aus Politik und Wirtschaft im Fokus.

Wolfgang Bosbach im Gespräch

In der Speaker's Corner dürfen sich die Besucher unter anderem auf einen Talk mit CDU-Politiker Wolfgang Bosbach freuen. Dank klarer Kante und rheinischem Humor ist der konservative Innenexperte der Union einer der beliebtesten Politiker des Landes. Im Talk mit BVFI-Präsident Helge Ziegler wird er nicht nur zur aufgeflammten Diskussion der politischen Parteien um Maßnahmen für bezahlbares Wohnen, sondern auch ganz allgemein zur aktuellen politischen Situation und nicht zuletzt zur im Herbst anstehenden Bundestagswahl Stellung beziehen.

Know-how aus der Branche

Auch Experten aus der Branche sind auf der Hauptbühne vertreten. Wie im Vorjahr wurde mit Jörg Winterlich von der Immobilien-Investment-Akademie einer der bekanntesten deutschen Experten für Immobilieninvestments gewonnen. Zukunftsexpertin Corinna Pommerening wirft hingegen einen Blick in die Glaskugel und beantwortet die Frage, welche Wünsche und Bedürfnisse das Wohnen im Jahr 2030 prägen werden. Schließlich sind Immobilien eine Investition für mehrere Jahrzehnte und nicht nur für Monate oder wenige Jahre.

Digitales Handwerkszeug

Doch nicht nur auf der Hauptbühne wartet die Deutsche Immobilienmesse 2017 mit spannenden und nützlichen Informationen auf, sondern auch in den mehr als 40 Kongress- und Workshop-einheiten. Dabei spielt insbesondere die Digitalisierung eine gewichtige Rolle. Der Kongress „Digitales Farming“ dürfte nicht nur für reine Immobilienexperten, sondern auch für Makler und Vermittler aus dem Finanz- und Versicherungsbereich nützliche Informationen bieten. Werkzeuge digitaler Kundengewinnung und neue Entwicklungen im digitalen Kundenmanagement sind schließlich auch in anderen Beratungsfeldern wichtige Themen des beruflichen Alltags. Außer zur digitalen Neukundengewinnung werden auch eigene Kongresse zu Immobilien-Investments, Smart Home, PropTech und zur Immobilienverwaltung veranstaltet. Wie auch alle Vorträge in der Speaker's Corner und alle Workshops ist das gesamte Kongressprogramm für alle Messe teilnehmer kostenlos. ■



Wolfgang Bosbach spricht am ersten Messetag in der Speaker's Corner.



Persönliche Gespräche dürfen auf dem Branchentreffpunkt nicht zu kurz kommen.



Jörg Winterlich von der Immobilien-Investment-Akademie leitet 2017 erneut den Fachkongress Immobilien-Investment.



Kostenlos zur Deutschen Immobilienmesse 2017?
AssCompact macht's möglich. Den ersten 30 Lesern sponsert AssCompact ein kostenfreies Ticket für die Deutsche Immobilienmesse 2017.
Einfach unter www.deutsche-immobilienmesse.de/asscompact oder über nebenstehenden QR-Code als Fachbesucher anmelden.

28.03.2017, Berlin · 29.03.2017, Köln · 30.03.2017, Stuttgart

Große Resonanz beim AssCompact Gewerbe-Symposium 2017

(ac) An drei Orten machte das AssCompact Gewerbe-Symposium 2017, das fachlich von der vfm-Gruppe begleitet wurde, Station. Sieben Versicherer präsentierten Ideen, Produkte und Services aus dem Bereich der Gewerbeversicherung. Sehr viel positives Feedback gab es dafür von den jeweils teilnehmenden Versicherungsmaklern.

Das Bestehen im Geschäftsfeld der Gewerbeversicherung setzt im Maklerbüro sowohl hohes Fachwissen als auch unternehmerische Effizienz voraus. Wer hier bestehen will, muss neben Grundregeln der einzelnen Gewerbesparten auch branchen- und firmeninterne Besonderheiten des Firmenkunden erkennen, bewerten und schließlich absichern. Gleichzeitig müssen die Prozesse im Maklerbüro stimmen, Innendienst und Außendienst müssen miteinander harmonieren und Prozesse reibungslos ablaufen – ob nun bei größeren Risiken mit individuellen Lösungen oder bei kleineren mit Standardlösungen.

Dieser breiten Themenwelt der Gewerbeversicherung widmete sich das AssCompact Gewerbe-Symposium in Berlin, Köln und Stuttgart. Gewerbeversicherer präsentierten in Vorträgen und Gesprächen ihre Versicherungs-

konzepte und ihre Angebote zur Vertriebsunterstützung. Durch das Programm führten Klaus Liebig, Geschäftsführer, Konrad Höfer, Abteilungsleiter Vertrieb, und Rüdiger Höse, Abteilungsleiter Kompetenzzentrum Komposit von der vfm-Gruppe, die kritisch nachfragten, die Beiträge der Teilnehmer koordinierten und Tipps aus der eigenen Praxis gaben.

Hoher Beratungsbedarf, da es auf Details ankommt

Insgesamt wurde bei den Veranstaltungen deutlich, dass es oft die Detailfragen sind, die den richtigen Versicherungsschutz eines Gewerbekunden ausmachen: Ob das Autohaus Reifen von Kundenfahrzeugen in Containern einlagert, ob die Anzahl der Tiefkühlware in der Gaststätte saisonalen Schwankungen unterliegt oder ob ein Handwerksbetrieb Objekte lackiert, die in Fluggeräten zum Einsatz kommen, sind beispielsweise solche Fragen. Dabei gibt es nichts, was es nicht gibt – vor allem nicht bei kleinen und mittelständischen Unternehmen, bei denen Entscheidungen oft schnell getroffen werden, an die Anpassung des Versicherungsschutzes aber oft nicht gedacht wird. Diese Unternehmen benötigen dringend fachmännische Beratung, vor allem dann, wenn ein Jahresgespräch mit dem Versicherungsvermittler bisher eher die Ausnahme als die Regel war.



In den Vortragspausen hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, sich auszutauschen und in entspannter Atmosphäre Fachgespräche zu führen.



Rüdiger Höse (l.), Konrad Höfer (r.), und Klaus Liebig (nicht im Bild) von der vfm-Gruppe führten durch die Veranstaltungen.



Auf den gut besuchten Veranstaltungen nutzten viele Versicherungsmakler die Gelegenheit zur Fort- und Weiterbildung.

Experten, die ihr Handwerk verstehen

Diese Themenvielfalt der Gewerbeversicherung wurde auf dem AssCompact Gewerbe-Symposium von Experten der teilnehmenden Versicherungsgesellschaften aufgegriffen und dargestellt. Die Württembergische Versicherung hatte dabei zum Beispiel die Zielgruppe der Bauhandwerker im Blick. Aufgezeigt wurden sowohl tatsächliche und mögliche Material- und Montageschäden als auch erwartete Änderungen der kommenden Baurechtsnovelle. Ebenfalls eine konkrete Zielgruppe stellte die Helvetia vor: Der Versicherer hat eine Multi-Risk-Versicherung für Autohäuser entwickelt und erklärte auf dem AssCompact Symposium auch Feinheiten bezüglich der Risiken von Händlern, Autohäusern und Werkstätten. Die R+V rückte die Technische Versicherung und hier insbesondere den Bereich Bau und Maschinen in den Vordergrund.

Auf die noch jungen Entwicklungen im Cyberschutz konzentrierte sich die Allianz, die sowohl die Cybergefahren darstellte als auch bisherige Produktkonzepte und Risikoanalysen beleuchtete. Auf ihre Branchenlösungen verwies die SIGNAL IDUNA, die einige Highlights wie die dynamische Selbstbeteiligung oder die erweiterte Neuwertversicherung hervorhob. Die NÜRNBERGER verdeutlichte den Besuchern die Gefahr von Versicherungslücken bei Gebäuden und Baugeräten und die damit verbundenen Haftungsrisiken für Versicherungsmakler. Als Lösung bietet der Versicherer Hilfe bei Wertanalyse und Wertermittlung an. Und die AXA erklärte anhand ihres eigenen noch jungen Angebots, wie die digitale Kommunikation auch in die Gewerbeversicherung Einzug hält.

Unterstützung durch Versicherer

Neben dem Fachwissen wurden auf dem Symposium die Services und Unterstützungsangebote der Versicherer vorgestellt. Denn „einfach mal so“ in die Beratung von Gewerbeleuten einzusteigen, erscheint beinahe unmöglich, die Ermittlung von Versicherungssummen bleibt eine Herausforderung, die Bestimmung von Kaufpreis, Neuwert und Zeitwert – etwa von Spezialmaschinen – schwierig. Zudem müssen Risiken nicht nur erkannt, sondern auch gemanagt werden. Und selbst der Zugang zu den Firmenkunden ist nicht einfach. Um Versicherungsmakler hier zu unterstützen und gleichzeitig gutes Geschäft einzukaufen, informierten die Versicherer

insbesondere auch über ihre neuen Service- und Weiterbildungsangebote.

Interessanter Austausch mit Kollegen

In den Vortragspausen des Symposiums fachsimpelten die insgesamt 570 teilnehmenden Versicherungsmakler über die Eigenheiten der Gewerbeversicherung. So waren neben Allroundern auch Spezialmakler vor Ort. Denn eine Spezialisierung bleibt auf Maklerseite vielfach nicht aus, wenn es um anspruchsvolle Risiken geht. Beinahe zwingend ist auch eine gewisse Begeisterung für die Tätigkeit der betreuten Unternehmen. Diese Einstellung jedenfalls brachten die Fachbesucher mit zu dem Gewerbesymposium. Viel positive Resonanz gab es für die Themenvielfalt und die Vertiefung von Detailwissen. Großen Anklang fand insbesondere auch der direkte Praxisbezug.

Die Partner des AssCompact Gewerbe-Symposiums 2017

Allianz | ALTE LEIPZIGER | AXA | die Bayerische | Deutsche Makler Akademie | Helvetia | NÜRNBERGER | R+V | SIGNAL IDUNA | vfm | Württembergische ■

Sonderedition „Gewerbeversicherung“

Im Nachgang zu dem AssCompact Gewerbe-Symposium ist die Sonderedition „Gewerbeversicherung“ erschienen. Sie kann auf der Website von AssCompact als PDF heruntergeladen werden: www.asscompact.de



Spezialisierung will gekonnt sein

Die Ausrichtung auf eine bestimmte Zielgruppe gilt als gute Möglichkeit für Vermittler, sich im Wettbewerb zu positionieren. Was viele verkennen: Spezialisierung ist kein Selbstläufer. Für dauerhaften Erfolg muss das Konzept stimmen. Neben Kompetenz und Beratungsqualitäten zählt das Wissen, was die Zielgruppe ausmacht und welchen Bedarf sie hat.

Die Thematik Zielgruppen ist ein Dauerbrenner nicht nur im Marketing. Die Generation Y, die Altersgruppe 50plus, „Best“ oder „Golden Agers“, Frauen, junge Familien – all diese Zielgruppen hat die Finanz- und Versicherungsbranche in den vergangenen Jahren neu oder wieder entdeckt. Hinzu kommen Berufsgruppen wie Ärzte, Apotheker, Leistungssportler, Beamte oder Künstler. Längst gilt die Spezialisierung auf eine ganz bestimmte Zielgruppe als gute Möglichkeit für Vermittler, sich im Wettbewerb zu behaupten und den Geschäftserfolg anzukurbeln. Doch die Ausrichtung auf eine besondere Kundengruppe will durchdacht sein und die Nische erst einmal entdeckt werden.

In diesem Sonderthema gewähren Vermittler und Finanzberater Einblick in ihre speziellen Nischen. Zudem stellt ein Versicherer, der Speziallösungen als Marken gebündelt auf besondere Zielgruppen ausgelegt hat, sein Konzept vor.

Weisse Flecken auf der Karte finden

Immer wieder ist von erfolgreichen Spezialmaklern zu lesen, die eher zufällig an ihre Zielgruppe geraten sind. Oftmals liegt die Zielgruppe ganz nah. Ein Jungmakler erzählt im Interview, dass ihm zu Beginn seiner Vermittlertätigkeit eine Spezialisierung wärmstens empfohlen wurde. In seinem Fall gab die Beratung einer Kundin aus dem Bekanntenkreis den Ausschlag, sich genauer mit den Hufpflegern als potenzieller Zielgruppe auseinanderzusetzen. Die Nische entpuppte sich in diesem Fall als weites Feld. Inzwischen ist der Kundenstamm von anfänglich 20 Hufpflegern auf 900 Kunden aus dem Bereich Pferdebehandlung angewachsen.



© chones - Fotolia.com

Von Vorteilen können Kunden und Vermittler profitieren

Die Spezialisierung an sich ist kein Garant für dauerhaften Erfolg. Service, Beratung und Produkte müssen auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sein – und das immer wieder aufs Neue, denn auch eine Zielgruppe verändert sich im Lauf der Zeit. Grundlage für zufriedene Kunden ist neben der Kompetenz als Berater stets auch das Fachwissen. Wer seine Zielgruppe und ihre Branche kennt, über neueste Entwicklungen im Bilde ist und am Bedarf ausgerichtet agiert, kann mit guter Beratung die Kunden langfristig überzeugen. Und heute wichtiger denn je: Der Vermittler wird innerhalb der Nische weiterempfohlen und kann neue Kunden gewinnen.

Für Kunden bietet eine besondere Ausrichtung des Vermittlers somit einen Qualitätsvorteil durch bessere Beratung und passendere Produkte. Wie Studien zeigen, ergeben sich in der Spezialisierung auch für Vermittler

Vorteile: Automatisierte Prozesse sparen Zeit und Kosten, die Renditen steigen. Eine hohe Marktausschöpfung bringt Kostenvorteile. Mit zunehmendem Kundenkreis kann sich die Verhandlungsposition des Spezialisten gegenüber Versicherern verbessern.

Die Zielgruppe dauerhaft begleiten

Wie viele Spezialmakler aus Erfahrung berichten, kommt dem Berater oftmals die Rolle eines Begleiters zu, der die Zielgruppe in unterschiedlichen Lebenslagen und -fragen betreut. Mit Einfühlungsvermögen können Makler beim Kunden punkten. Heide Härtel-Herrmann hat sich mit ihrem Frauenfinanzdienst auf die Finanzberatung von Frauen spezialisiert. Für die Beraterin zählt der besondere Draht zur Zielgruppe. Sie erarbeitet Finanzkonzepte, die sich am Lebensweg der Frauen orientieren.

Wie wichtig es für die dauerhafte Kundenbindung ist, die Zielgruppe über alle Lebensphasen hinweg zu begleiten, unterstreicht Maklerin Nicole Gerwert. Ihr Fokus liegt auf der Zielgruppe Zahnärzte. Trotz Spezialisierung sollten Vermittler Gerwerts Einschätzung nach auch für die Kunden wichtige Randthemen abdecken oder sich kompetente Berater ins Boot holen.

Immer mehr Versicherer entdecken Nischen für sich

Der Trend zur Spezialisierung zeigt sich schon seit Längerem auch auf Anbieterseite. Inzwischen positionieren sich viele Versicherer auf der Suche nach neuen Zielgruppen in Nischen und richten Produkte auf die besonderen Bedürfnisse der Klientel in der Nische aus. So auch die Mannheimer Versicherung, die mit über 20 Marken ganz unterschiedliche Kunden bedient. Einen Schwerpunkt legt der Versicherer dabei auf die Rundumbetreuung der Zielgruppe durch spezialisierte Teams. ■

Speziallösungen für alle Fälle

Die Versicherungsbranche stellt bei der Produktentwicklung immer wieder ihre Fantasie unter Beweis. Die Hobbys ihrer Zielgruppen und die damit verbundenen Risiken haben Anbieter längst für sich entdeckt. So vielfältig die Freizeitgestaltung ist, so breit zeigt sich auch das Angebot. Die Produktpalette der Versicherer reicht von Klassikern wie der Oldtimer- oder Bootsversicherung über Absicherung für Sportgeräte wie Angel-ausrüstung oder Triathlonrad bis hin zur Police für Koi-Halter. So mancher Spezialmakler widmet sich ganz besonderen Zielgruppen, wie das Beispiel von Imkern zeigt. Denn Imker sind zum einen mitunter von Sachschäden infolge von Diebstahl, Brand, Sturm betroffen oder einem Haftpflichtrisiko ausgesetzt, wenn eine Biene aus ihrem Volk sticht. Imker haften obendrein für Erzeugnisse wie Honig oder Wachskerzen etc., die sie in Umlauf bringen. Diese Risiken sind nicht hinreichend über die klassischen Versicherungen abgedeckt. Ein Fall für den Spezialmakler.

Sonderthema im Überblick

„Frauen wollen ihre Finanzplanung nicht einfach nur abgeben“

Bei Zahnärzten zahlen sich Fachwissen und langer Atem aus

Die Spezialisierung auf eine Zielgruppe bringt viele Vorteile mit sich

Mit eigenen Marken spezielle Zielgruppen erreichen

„Frauen wollen ihre Finanzplanung nicht einfach nur abgeben“

Interview mit Heide Härtel-Herrmann, Geschäftsführerin und Inhaberin des Frauenfinanzdienstes

Im Jahr 1986 hat Heide Härtel-Herrmann mit dem Frauenfinanzdienst ein unabhängiges Beratungs- und Vermittlungsbüro gegründet, das sich auf die Finanzberatung von Frauen spezialisiert hat. Im Interview erläutert Heide Härtel-Herrmann, worauf ihre Kundinnen bei der Finanzberatung heute Wert legen.

Frau Härtel-Herrmann, mit Ihrem „Frauenfinanzdienst“ beraten Sie überwiegend Kundinnen. Was zeichnet die Beratung für diese Zielgruppe aus?

Im Laufe meiner Arbeit habe ich die Erkenntnis gewonnen, wie unglaublich interessant und vielfältig es ist, Frauen zu beraten. Zunächst unterscheiden sich die Anliegen von Frauen in Sachen Finanzen nicht sehr von denen der Männer, aber es

schwingen oft noch weitere Themen mit, die im Verlauf der Beratung dann besprochen werden, etwa bei einer Kundin, die eine Berufsunfähigkeit-

„Meist geht es in der Beratung nicht nur um die Suche nach einem Produkt oder Finanzkonzept, sondern um Fragen zum Lebensentwurf, an dem ich mich als Beraterin orientiere.“

versicherung braucht, aber eine Psychotherapie gemacht hat. Meist geht es in der Beratung nicht nur um die Suche nach einem Produkt oder Finanzkonzept, sondern um Fragen zum Lebensentwurf, an dem ich mich als Beraterin orientiere. Im Konzept steckt dann auch entsprechend viel aus dem Leben der Kundin.

In Ihrem Grundverständnis sind Frauen keine „defizitären“ Wesen, die lernen müssen, das Thema Vorsorge anzugehen wie Männer. Sie sehen Frauen als Vorreiterinnen für ein zeitgemäßes Herangehen an Finanzplanung. Was heißt das konkret?

Viele Frauen wollen und müssen eine Balance hinbekommen, einerseits selbst für ihre Finanzen Verantwortung zu übernehmen, andererseits aber auch an bestimmten Stellen zu delegieren. Diese Balance empfinde ich als zeitgemäß. Denn die Finanzbranche ist heutzutage so komplex, nicht nur was die Produktauswahl anbetrifft, dass oft die Zeit nicht reicht, sich selbst mit allem auseinanderzusetzen. Dies ist den meisten Frauen bewusst, und das unterscheidet sie von Männern, die beispielsweise lange im Internet recherchieren auf der Suche nach einem passenden Produkt.

Frauen erkennen häufiger, dass sie jemanden brauchen, wollen die Finanzplanung aber nicht einfach nur abgeben, sondern an bestimmten Stellen einen Teil der Verantwortung an jemanden delegieren, dem sie vertrauen und der sie begleitet.

Können Sie als Frau Ihre Kundinnen besser beraten als Ihre männlichen Kollegen?

Viele meiner männlichen Kollegen sind richtig fähige Berater, die auch Frauen gut beraten. Es gibt einerseits gute Berater und andererseits schlechte Beraterinnen. Grundsätzlich zählt zunächst die fachliche Kompetenz und die Frage, ob der Berater oder eben die Beraterin kommunizieren kann und in der Lage ist zu erarbeiten, worum es den Kunden wirklich geht. Ich persönlich bin der Meinung, dass ich sowohl Männer als auch Frauen gut beraten kann.

Und wollen Kundinnen lieber von Frauen beraten werden?

Was Kundinnen bei Beraterinnen gezielt suchen, das ist der spezielle Draht unter Frauen. Wenn sensible Themen etwa im Zusammenhang einer Scheidung mitschwingen, die nicht gleich beim ersten Termin zur Sprache kommen, schätzen es Kundinnen, mit einer Frau zu sprechen. Als Beraterin muss ich nicht alle diese Erfahrungen selbst gemacht haben, um Frauen gut zu beraten, sondern ich muss mich einfühlen können und erkennen, was die Kundin wirklich braucht und will. Vielleicht können sich Beraterinnen besser in Frauen einfühlen – also ich kann es jedenfalls ganz gut.

Generell stelle ich fest, dass Frauen die Unabhängigkeit der Beraterin sehr wichtig ist. Kundinnen reagieren sehr sensibel, wenn sie das Gefühl haben, da soll ihnen irgend etwas verkauft werden. Viele Frauen, aber auch Männer, gehen daher inzwischen nicht mehr so gerne zu einer Bank, sondern lieber zu einer unabhängigen Finanzberaterin.

Sie sind mittlerweile seit über 30 Jahren im Geschäft. Wie hat sich die Einstellung von Frauen zum Thema Finanzplanung in dieser Zeit verändert?

Heutzutage sind mehr Frauen berufstätig und haben ihr eigenes Einkommen. Vor Jahren spürte man als Beraterin bei Frauen noch eine gewisse gequälte Grundstimmung oder schlichtweg wenig Lust, sich mit dem Thema Finanzen auseinanderzusetzen. Diese Grundstimmung erlebe ich heute nur noch selten. Frauen wollen sich heute selbst um ihre Finanzen kümmern, und zwar mit Sinn und Verstand.

Zudem gab es früher mehr Frauen, die ihr Vermögen ihren Kindern vererben wollten. Heute sagen sich viele Frauen, dass sie erstmal schauen müssen, selbst im Alter finanziell über die Runden zu kommen. Die Einstellung gegenüber der Familie, die es zu versorgen gilt, ist lockerer geworden.

Wie setzt sich Ihre Kundengruppe denn zusammen?

Meine Kundinnen haben unterschiedliche Bedürfnisse und Interessen. Beim Alter zeigt sich eine große Bandbreite, das hängt ganz vom Anliegen ab. Ich berate viele Kundinnen der Zielgruppe 50plus, viele sind Selbstständige oder Freiberuflerinnen. Meine jüngeren Mitarbeiterinnen beraten aber auch viele jüngere Frauen.

Bietet der Finanzmarkt heutzutage Produkte, die an die Bedürfnisse von Frauen angepasst sind?

Ganz grundsätzlich benötigen Frauen keine speziellen Produkte. Diese Einschätzung teilen auch meine Kolleginnen, mit denen ich bundesweit vernetzt bin. Der Markt ist groß genug und bietet alles, was Frauen brauchen.

Was mir allerdings auf dem Markt fehlt, ist eine private Rentenversicherung mit einer kurzen Aufschubzeit – zum Beispiel für Kundinnen, die in fünf Jahren in Rente gehen wollen und einen größeren Einmalbeitrag haben. Bis vor Kurzem gab es hierzu gute Angebote, jetzt aber nicht mehr. Das ist natürlich dem Garantiezins, dem Zinsniveau und den

allgemeinen Rahmenbedingungen geschuldet, aber ich habe auch das Gefühl, dass sich in der Branche niemand darüber Gedanken macht, was man diesen Kunden bieten kann. Die Versicherungen wollen keine Garantieprodukte mehr. Und das finde ich schade.

Außerdem halte ich es für ungerecht, dass Risikoprüfer bei Gesundheitsprüfungen, sei es in der Berufsunfähigkeits- oder Pflegeversicherung, beim Thema Psychotherapie gar nicht genau hinschauen. Es wird nicht differenziert, ob es sich um einen medizinischen Befund handelt, eine ernsthafte Erkrankung oder aber um eine kurzzeitige Befindlichkeitsstörung etwa nach einem Todesfall, in der jemand zehn Sitzungen Psychotherapie in Anspruch nimmt und dann nicht mehr versicherbar ist.

Zeichnen sich Produkte ab, an denen Ihre weiblichen Kunden mehr Interesse zeigen als die männlichen, etwa nachhaltige Angebote?

Hier kann ich keine Unterschiede zwischen Frauen und Männern feststellen. Das Thema Nachhaltigkeit ist beiden Geschlechtern sehr wichtig. Das liegt aber wohl auch an meiner Beratung, weil mir das Thema ganz wichtig ist. Ich kenne den Markt und seine nachhaltigen Angebote und thematisiere dies bei der Beratung, auch wenn Kunden nicht von sich aus danach fragen. Der Zuschlag meiner Kunden zu nachhaltigen Produkten ist da, zumal man dabei keine Rendeeinschränkungen in Kauf nehmen muss.

„Ganz grundsätzlich benötigen Frauen keine speziellen Produkte. Diese Einschätzung teilen auch meine Kolleginnen [...]. Der Markt ist groß genug und bietet alles, was Frauen brauchen.“

Frau Härtel-Herrmann, investieren Frauen Ihrer Einschätzung nach anders als Männer?

Tendenziell spielt bei Frauen das Thema Sicherheit eine größere Rolle als bei Männern, zumal Sicherheit ja immer relativ ist. Das hat zwei Gründe: Zum einen müssen Kundinnen bei kleinerem finanziellem Spielraum auch das Risiko stärker einschränken. Sie können sich Verluste einfach nicht erlauben. Zum anderen hat das höhere Sicherheitsbedürfnis von Frauen oft auch mit mangelnder Souveränität zu tun: Fehlende Erfahrungen oder frühere Verluste führen manchmal zu Misstrauen. Männer analysieren, lernen dazu und haken ab. Hier müsste sich in Sachen Gleichstellung noch etwas verändern. ■



Heide Härtel-Herrmann

Bei Zahnärzten zahlen sich Fachwissen und langer Atem aus

Maklerin Nicole Gerwert hat ihren Fokus auf die Zielgruppe Zahnärzte gelegt. In ihrer Spezialisierung sieht sie die Grundlage für eine Beratung, die passgenau auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt ist. Dank ihrer langjährigen Erfahrung kennt Gerwert die Zielgruppe und erläutert, wie Finanzberater eine nachhaltige Geschäftsbeziehung aufbauen können.



Die Zielgruppe Zahnärzte ist für den Finanzdienstleister so attraktiv, weil sie auf den ersten Blick berechenbarer zu sein scheint als andere. Eine geringe Arbeitslosenquote und ein hohes Einkommen auf der einen Seite, vermeintlich wenig Wissen in Sachen Altersvorsorge und Geldanlage auf der anderen Seite – dieses Bild haben viele Finanzdienstleister von Zahnärzten. In der Beratung dieser Zielgruppe wird neben einem dicken Portemonnaie auch ein leichtes Spiel im Vergleich zum studierten Diplom-Kaufmann oder Mathematiker vermutet, da der Zahnarzt im Studium keine Betriebswirtschaft und Mathematik gelehrt bekommen hat.

Den wenigsten Beratern ist bewusst, dass der Zahnarzt in den ersten beiden Berufsjahren nach dem Studium im Vergleich zu anderen Akademikern ein sehr geringes Gehalt erhält. Oft hat der Kunde innerhalb dieser Zielgruppe ein hohes Bedürfnis, mitrechnen zu dürfen und komplexe Sachverhalte im Detail verständlich erklärt zu bekommen.



Von Nicole Gerwert, Leitende Spezialistin Zahnärzte in der von Buddenbrook Gruppe und Buchautorin

Die Schlacht um die Kundengunst

Wie die Erfahrung zeigt, legen Zahnmediziner gegenüber der Finanzbranche eine große Skepsis an den Tag. Das Misstrauen beginnt schon im Studium, wenn Heerscharen von Dentalfachberatern oder Finanzdienstleister den Kontakt zu Zahnmedizinstudenten suchen und viele Versprechen geben – aber selten alles Genannte einhalten können –, um ihre Interessentenlisten für zukünftige Beratungen zu füllen. Aufgrund dieses Gerangel um potenzielle Kundenadressen hat der Zahnarzt selten schon zum Berufsstart seinen vertrauten Berater für wirtschaftliche Themen gefunden. Meist fehlte hierfür das Gesamtangebot oder es bestand tatsächlich eine zu hohe Skepsis gegenüber der Ehrlichkeit eines Beraters.

Meines Erachtens muss aber genau in diesem Gerangel die Schlacht geführt und gewonnen werden, und zwar mit ehrlichen Absichten. Der Berater selbst sollte sich dieser Zielgruppe voll und ganz widmen. Das schließt für mich ein, auch die Tiefen zu begleiten, wie etwa das niedrige Anfangsgehalt in der Assistenzzeit, den Selbstfindungsprozess – was für ein Zahnarzt möchte ich sein? – oder die Gründungsphase auf dem Weg zur eigenen Praxis. Im Übrigen gehören zum beruflichen Werdegang des Zahnarztes nicht nur das Studium und die Selbstständigkeit. Heutzutage liegen zwischen diesen Phasen auch mal fünf bis acht Jahre eines Angestelltendaseins.

Entwickelt sich der junge Zahnarzt zu einem vermeintlich vermögenden Praxisinhaber, gilt er rasch als Top-Kunde, den Finanzdienstleister nur allzu gern in ihrem Kundenstamm hätten. Schnell wird versucht, diese Kundengruppe über Geldanlage- oder Vorsorgethemen zu ködern. Geschenke werden als trojanisches Pferd in die Praxis geliefert, gut formulierte Rundschreiben verfasst. Die Bezeichnung des Spezialisten wird kurzerhand ohne inhaltliches Fundament auf die Visitenkarte gedruckt und dann ran an den Kunden.

Dieses Unterfangen bleibt aufgrund der genannten Skepsis der Zahnärzteschaft jedoch zunächst erfolglos. Was in meinen Augen sehr schade ist, denn der Großteil der Zahnärzteschaft hat vermutlich wegen der beschriebenen Beratungsmisere tatsächlich einen Beratungsbedarf in bestimmten Bereichen.

Die strategische Kundengewinnung

Ehrlicher und erfolgversprechender für Berater wäre an dieser Stelle der Versuch, bei der Kundengewinnung als der Spezialist aufzutreten, der man ist, zum Beispiel als Anlageberater. Zusätzlich gilt es, ein Expertennetzwerk für die Spezialthemen dieser Zielgruppe vorzuzeigen. Denn auch dem Generalisten liegt es meistens nicht im Blut, zugleich ein hervorragend ausgeprägtes Wissen im Bereich Vorsorge- und Geldanlagethemen vorhalten zu können sowie den Kompositbereich im Heilwesen wie seine Westentasche zu kennen. Darüber hinaus sind in der Regel die betriebswirtschaftlichen Abläufe in einer Zahnarztpraxis unbekannt. Hier ist zunächst Basisarbeit gefragt, nämlich zum einen eine passende Berufshaftpflicht zu vermitteln und zum anderen einem bereits niedergelassenen Zahnarzt ein Absicherungskonzept für die Praxis zu bieten.

Für den Erfolg als Berater und den Aufbau einer langfristigen Beziehung zum Kunden zählt es, ein Wegbegleiter auf dem beruflichen Werdegang des Zahnarztes zu sein. Dies umfasst dann auch die Aufklärung über eine Umsatzbeteiligung, Unterstützung bei angestrebten Weiterbildungen oder die Existenzgründungs- und Praxisberatung. Die Symbiose aus Basisarbeit und verantwortungsbewusstem Umgang mit Geldanlage- und Vorsorgeberatung stellt dann eine ganzheitliche Beratung dar.

Der Spezialist als Teamplayer

Wer einmal das komplexe Geflecht des Mikrokosmos Zahnarztpraxis und seine Akteure unter die Lupe genommen hat, der wird feststellen, dass man alleine als Spezialist nicht alle Bereiche der Beratung abdecken sollte. Es bedarf weiterer Nuancen der Spezialisierung von Versicherungs- bis Praxisberatung. Zum Glück gibt es weitere mutige Berater, die sich genau dieser Spezialisierung versprechen und das aktive Netzwerken für sich entdecken. Genau wie eine Zahnarztpraxis selbst, die nicht allein vom Zahnarzt geführt werden kann, sondern nur mit seinem Team funktioniert, muss auch der Spezialist begreifen, dass er nur als Teamplayer eine ganzheitliche Beratung garantieren kann. Der Zahnarzt wird dies wertschätzen. ■

Die Spezialisierung schafft Vertrauen beim Kunden

Mein Anliegen war und ist es, den Kunden gedanklich abzuholen, wo er gerade steht, und ihn mit passgenauen Lösungen auf seinem beruflichen Werdegang zu unterstützen. Diese Devise verfolge ich als Credo seit Beginn meiner beruflichen Tätigkeit im Januar 2008.

Als „Leitende Spezialistin Zahnärzte“ in der von Buddenbrook Gruppe habe ich mich ganz auf die Zielgruppe der Zahnärzte eingestellt. Alle meine Weiter- und Fortbildungen sowie aktive Hospitationen bei Beratern aus der Branche zielten allein darauf ab, den Zahnarzt und seinen Beruf sowie die Zahnarztpraxis vollumfänglich zu verstehen. Überdies habe ich es mir zur Aufgabe gemacht, ein Netzwerk an Beratern zu schaffen, mit denen ich jede Problem- und Fragestellung des Kunden beantworten kann und dennoch sein vertrauter Berater bleibe, der sein Versicherungs- und Finanzkonzept für ihn koordiniert. Das Ziel ist eine umfassende Lösung auf kontinuierlich hohem Leistungsniveau. Als Spezialistin stelle ich mein Know-how darüber hinaus auch Kollegen zur Verfügung, die den einen oder anderen Zahnarzt in ihrem Kundenstamm haben.

Mein Beratungskonzept besteht aus drei Beratungsfeldern: der Absicherungs-/Vorsorgeberatung, der Existenzgründungs- und der Praxisberatung. In allen drei Bereichen binde ich systematisch und aktiv Netzwerkpartner mit ein, sodass jeder Bereich vollumfänglich und in hoher Qualität dem Kunden zugutekommt.

Mein Ziel ist es, immer deutlicher als Spezialist für die Zahnarztberatung wahrgenommen zu werden, um den unausweichlichen Trend der Kooperation von Spezialisten mit voranzutreiben. Die Spezialisierung schafft für den Kunden, in meinem Fall speziell für die Zahnärzteschaft, Vertrauen in unsere Branche und in einzelne Berater (-Netzwerke). Der Berater selbst kann sich über die Spezialisierung vollständig seinen Stärken in seiner Beratung widmen.

Nicole Gerwert

Die Spezialisierung auf eine Zielgruppe bringt viele Vorteile mit sich

Interview mit Matthias Fischer, Geschäftsführer der Wolfgang Fischer Versicherungsmakler GmbH

Durch seine Spezialisierung hat sich Matthias Fischer als Makler eine Nische geschaffen: Er berät die Berufsgruppe der Pferdebehandler wie Hufschmiede oder Pferdeheilpraktiker. Zunächst zögerte Fischer noch, sich auf diese Zielgruppe zu konzentrieren, aber Markt-recherche und Kundenzuspruch bestärkten ihn dann schnell in seiner Entscheidung.

Herr Fischer, Sie haben sich auf Pferde(heil)berufe spezialisiert. Wie kam es denn dazu?

Ich bin neben meiner Tätigkeit als Versicherungsmakler seit etwa acht Jahren als selbstständiger Berater für die VEMA e. G. tätig und habe mit dem Vorstand Hermann Hübner ein gutes, kollegiales Verhältnis. Daher haben wir uns vor sechs Jahren auch einmal über die Vorteile einer Spezialisierung ausgetauscht. Ich habe seine Worte heute noch im Ohr: „Die Kollegen, die richtig erfolgreich sind, sind fast alle auf eine Zielgruppe spezialisiert.“ Als ich wieder zu Hause

„Anfänglich war ich skeptisch, da die Umsätze pro Vertrag relativ gering sind, aber mich hat die Idee nicht losgelassen. Und nach [...] Markt-recherche und Verhandlung eines kleinen Deckungskonzeptes haben wir rund 130 Hufpfleger angeschrieben.“

war, habe ich zu meiner Frau gesagt: „Der Hermann hat gemeint, ich brauche eine Zielgruppe.“ Und meine Frau antwortete: „Dann nimm doch einfach Hufpfleger – um die kümmert sich wahrscheinlich noch niemand und du hast dich bei unserer Freundin Bianca ja auch nicht so leicht getan, eine gute Deckung zu finden.“

Anfänglich war ich skeptisch, da die Umsätze pro Vertrag relativ gering sind, aber mich hat die Idee nicht losgelassen. Und nach ein wenig Markt-recherche und Verhandlung eines kleinen Deckungskonzeptes haben wir rund 130 Hufpfleger angeschrieben. Knapp 20 Hufpfleger meldeten sich daraufhin bei uns in den nächsten Wochen. Da wusste ich: Meine Frau hatte recht – ich sollte mich wirklich intensiver mit dieser Zielgruppe beschäftigen.

In welchen Berufen arbeiten Ihre Kunden konkret und welcher besondere Bedarf an Versicherungen besteht rund um die Behandlung von Pferden?

Aktuell betreuen wir rund 900 Hufpfleger, Huforthopäden, Huftechniker, Hufschmiede, Pferdephysiotherapeuten, Pferdeosteopathen und Pferdeheilpraktiker. Letztlich also all diejenigen, die Pferde behandeln und keine Tierärzte sind.



Matthias Fischer

Versicherungsbedarf besteht vorrangig in der Betriebshaftpflichtversicherung, aber auch hinsichtlich der Absicherung der Arbeitskraft.

Was haben Sie für diese Berufsgruppen denn dann speziell im Angebot?

Produkttechnisch haben wir inzwischen sehr gute Betriebshaftpflichtversicherungsdeckungen – auch für die Ausbildungsbetriebe –, und im Unfallbereich erfreut sich unser Reiterschutzbrief großer Beliebtheit.

Gibt es besondere Schwierigkeiten bei der Absicherung dieser Berufsgruppe?

In der Betriebshaftpflichtversicherung braucht man zum Beispiel praktische Erfahrung bzw. Kenntnis der Zielgruppe, um die genaue Tätigkeit des Pferdebehandlers korrekt zu erfassen. Und das sollte dann auch möglichst vollständig in der Police wiedergegeben werden – hier sind viele Pferdebehandler sehr kritisch. Aber auch eine gute Ausgestaltung der Klausel für Bearbeitungsschäden ist nicht bei jedem Versicherer einfach zu verhandeln.

Beim Thema Arbeitskraftabsicherung wiederum scheitert man oft an der Berufsunfähigkeitsversicherung, wegen der sehr hohen Beiträge für diese stark körperlich tätige Zielgruppe. Hier entwickeln wir oft sehr individuelle Lösungen.

Wenden Sie sich mit Produkten wie dem Reiterschutzbrief gezielt auch an Hobbyreiter?

Eigentlich haben wir den Reiterschutzbrief als Lösung für unsere Zielgruppe entwickelt. Da diese jedoch in aller Regel

selbst auch Reiter sind, war es sinnvoll, den Gruppenvertrag auf alle Reiter auszudehnen. Aktuell kommen wir aber einfach nicht dazu, Hobbyreiter gezielt anzusprechen und entsprechende Prozesse zu entwickeln. Gleches gilt auch für unsere Lösung zum Thema Satteldiebstahl. Hier schlummert noch einiges an Potenzial, welches wir eigentlich nur noch besser umsetzen müssen.

Sie haben schon erklärt, wie es zur Spezialisierung kam. Wie würden Sie genauer die Vorteile beschreiben, die eine Spezialisierung mit sich bringt?

Wenn es um den Antragsprozess und Vertragsänderungen geht, profitiert man extrem von einer homogenen Kundengruppe. Viele Vorgänge konnten wir fast komplett automatisieren und der Kunde profitiert dadurch von sehr kurzen Reaktionszeiten. Auch können wir speziellere Fragestellungen aufgrund unserer Erfahrung meist ohne Rückfragen bei den Versicherern klären.

Natürlich haben wir auch in der Akquise massive Vorteile, da wir letztlich nur in diesem Bereich echte Neukundenakquise betreiben und mit unserem Know-how punkten können. Zudem lohnt es sich bei einer gewissen Anzahl von Interessenten auch (aktuell etwa 500 pro Jahr), eigene Tarifrechner zu entwickeln und die Anträge/Vorschläge exakt auf die Zielgruppe zuzuschneiden. Außerdem können wir bei unseren Multiplikatoren wie den Ausbildungsbetrieben Mehrwerte schaffen, indem wir kostenfreie Unterlagen zu den wichtigsten Absicherungsmöglichkeiten bieten oder auch Onlineseminare, Schulungsvideos etc.

Ergeben sich aufgrund der Spezialisierung Unterschiede, was die Kundenbetreuung anbelangt?

In der Schadenbearbeitung kann man sich wesentlich besser in die Kundensituation einfühlen und bekommt mit, was für diese Zielgruppe gerade wichtig ist. Die Pferdebesitzer als Anspruchsteller reagieren oft höchst emotional und holen sich schnell anwaltliche Unterstützung. Für einen gestandenen Unternehmer, wie wir sie ansonsten zu unseren Kunden zählen, ist das sicher keine Herausforderung. Für die Pferdebehandler ist

es jedoch oft der erste Fall, bei dem sie mit hohen Schadenersatzforderungen konfrontiert werden. Dementsprechend wichtiger ist dann natürlich auch unsere Begleitung des Schadenfalls.

Wie erleben Sie den Wettbewerb in diesem spezialisierten Markt?

Ich kenne keinen Kollegen, der sich so stark auf die Zielgruppe der Pferdebehandler fokussiert hat wie wir. Natürlich bieten andere Makler und Agenturen auch Versicherungen für Pferdebehandler an. Augenscheinlich aber eher als Teil eines Portfolios für Pferdehalter bzw. Reitställe. Da wir uns vertrieblich ausschließlich auf die Gewinnung von Pferdebehandlern konzentriert haben, konnten wir uns auch zu einer bekannten „Marke“ entwickeln, die es Wettbewerbern jetzt natürlich immer schwieriger macht, Fuß zu fassen.

Und wie läuft die Zusammenarbeit mit den Versicherern?

Aufgrund der relativ geringen Courtagen pro Vertrag können wir es uns natürlich nicht leisten, dass jede zweite Police reklamiert werden muss oder dass Schäden extrem langsam bearbeitet werden. Im Rahmen unseres zertifizierten Qualitätsmanagements nach DIN EN ISO 9001 zeichnen wir daher Fehler der Versicherer auf und analysieren, ob eine Zusammenarbeit wirtschaftlich sinnvoll ist. Inzwischen haben wir uns dadurch auch bereits von einigen

„Grundsätzlich ist jeder Mitarbeiter bei uns in der Lage, einen Pferdebehandler komplett vom ersten Kontakt bis zum Schadenfall zu betreuen, da wir die Prozesse automatisiert und uns eine Wissensdatenbank aufgebaut haben.“

Versicherern in diesem Bereich trennen müssen. Durch diesen Prozess läuft die Zusammenarbeit mit den Versicherern insgesamt aber immer besser.

Neben der Spezialisierung betreut Ihr Unternehmen auch Kunden, die nichts mit Pferdebehandlung zu tun haben. Wie gestaltet sich die Aufgabenverteilung intern?

Grundsätzlich ist jeder Mitarbeiter bei uns in der Lage, einen Pferdebehandler komplett vom ersten Kontakt bis zum Schadenfall zu betreuen, da wir die Prozesse automatisiert und uns eine Wissensdatenbank aufgebaut haben. Dennoch sind zwei Mitarbeiter im Antrags- und Vertragsbereich Hauptansprechpartner für die Pferdebehandler. Seit einigen Monaten haben wir das Thema Schadenmanagement auf eine Mitarbeiterin konzentriert, wobei sie auch alle Schäden der Zielgruppe bearbeitet. Der Rest des Teams ist überwiegend für unsere „normalen“ Kunden tätig, unterstützt aber auch alle Vertriebsaktionen in der Zielgruppe. ■



Mit eigenen Marken spezielle Zielgruppen erreichen

Mit ihren Marken bedient die Mannheimer Versicherung ganz unterschiedliche Zielgruppen. In den Markenprogrammen spiegeln sich die Herkunft und die Kompetenz der Mannheimer als Transportversicherer wider. So etwa bei der Speziallösung für Musiker, die Instrumente und Equipment nicht nur im Proberaum, sondern auch auf Reisen absichert.

Mit Jahr 1879 als Transportversicherer gegründet, betreibt die Mannheimer Versicherung nahezu alle Zweige der Schaden- und Unfallversicherung und ist spezialisiert auf individuelle Versicherungslösungen für Privat- und Firmenkunden. Für unterschiedliche Zielgruppen hat der Versicherer Speziallösungen entwickelt, die in eigenständigen Marken resultieren, den sogenannten Markenprogrammen. Beispiele sind die Marken ARTIMA für Museen und Kunstsammler, VALORIMA für Juweliere oder HOSTIMA für das Hotelgewerbe.

Von der Speziallösung zur Marke

Im Transportgeschäft, das übrigens selbst eine Spezialität ist, liegen oft Wurzeln der neuen Produkte und hieraus entspringen auch wichtige Impulse für die gegenwärtige Ausrichtung.

Ziel hinter jeder Markenentwicklung war und ist es bis heute, die Versicherungsprodukte als echte Marken zu positionieren, nicht nur als Tarife. Dazu trägt der [...] Markenname bei, den es statt eines Tarifkürzels gibt.

cherungslösungen gesetzt wurde, waren die Kompetenz und die langjährige Erfahrung im (Transport-)Risikomanagement ein entscheidender Faktor. Schon im 19. Jahrhundert versi-

cherten Goldhändler und Juweliere den Transport ihrer wertvollen Güter bei der Mannheimer. Natürlich bot man diesen Kunden Speziallösungen an, die kontinuierlich weiterentwickelt wurden.

Als es darum ging, eine Marktdifferenzierung zu finden, identifizierte man neben diesen Zielgruppen weitere. Das war die Basis, auf der schließlich die Markenprogramme der Mannheimer entstanden. Heute existieren rund zwanzig eigenständige Marken. Maßgeschneideter Versicherungsschutz und Fachkompetenz in der Zielgruppe sind jedoch nur die Basis. Ziel hinter jeder Markenentwicklung war und ist es bis heute, die Versicherungsprodukte als echte Marken zu positionieren, nicht nur als Tarife. Dazu trägt der erwähnte Markenname bei, den es statt eines Tarifkürzels gibt.

Umfassende Kundenbetreuung durch Spezialisten

Spezialisierte Teams kümmern sich um konkrete Dienstleistungen, die über den

reinen Versicherungsschutz hinausgehen. Sie beraten zum Beispiel Juweliere häufig bereits vor einer Geschäftseröffnung zu Sicherungskonzepten, schulen gegen Trickdiebstahl und stellen wichtige Kontakte her. Für jede Marke wird ein Weg gesucht, in der Zielgruppe aktiv zu sein.

Über die SINFONIMA-Stiftung stellt die Mannheimer jungen Musikern hochklassige Instrumente zur Verfügung. ARTIMA kooperiert mit Künstlern und bewertet mit angestellten Kunsthistorikern private Kunstsammlungen. BELMOT ist mit wechselnden, teils eigenen, Oldtimern auf Messen, um Besucher an den Stand zu ziehen. Mehrere Mitarbeiter sind selbst große Oldtimer-Enthusiasten und bewegen sich auch in Fachgesprächen mit Restaurants, Gutachtern und Sammlern auf gewohntem Terrain. Passend zur jeweiligen Marke werden Fachtagungen von der Mannheimer organisiert. Sie laden zum Austausch zwischen Kunden und Experten ein und gehören ebenso zum Alltag wie die Kontaktpflege zu Verbänden, die aktive Präsenz auf Facebook oder den eigenen Online-Markenportalen.

Marken am Bedarf der Zielgruppe orientiert

Bei der neuen Musikversicherungs-marke I'M SOUND galt es bereits zu Beginn der Produktentwicklung, eine authentische und bedarfsgerechte Marke zu erschaffen. Deshalb kamen Musiker zu Wort, bevor I'M SOUND ins Leben gerufen wurde: Die Produktgestalter, selbst Musiker, erfragten konkret, welchen Versicherungsbedarf die Kunden haben und was sie sich von einer Musikversicherung wünschen. Die Antworten flossen in die Bedingungen ein. Auch für die Auswahl der Kampagnenmotive wurden echte Musiker mit tatsächlichen Schadenerfahrungen ausgewählt: Laura Carbone und Michael „Kosho“ Koschorreck. Beide Künstler sind weit über die regionalen Grenzen Mannheims hinaus bekannt, also nicht nur Models, sondern authentische Testimonials.

Gerade im Bereich Musik ist die Transportversicherung als Basis gut verständ-

lich: Instrumente werden seit jeher zu Konzerten, zu Reparaturen oder zu Ausstellungen bewegt und benötigen während ihrer Reise einen passenden Versicherungsschutz. Dieser Schutz entstand bei der Mannheimer vor über 100 Jahren. Anfang der neunziger Jahre entwickelte sich daraus die Marke SINFONIMA für klassische Musiker und ihre Instrumente.

Über zwei Jahrzehnte lang sammelte der Versicherer Erfahrung mit dieser Zielgruppe und deren Bedürfnissen sowie mit Instrumentenschäden, die typischerweise auf dem Transportweg entstehen. Vor dem Hintergrund dieser Erfahrung ging die Mannheimer auf Musiker mit elektronischen Instrumenten als neuer Zielgruppe zu und entwickelte für diese Kunden die Marke I'M SOUND.

Versicherungsschutz für Musiker

I'M SOUND bietet Absicherung für Instrumente, Zubehör und Live-Technik. Mit der Sound-Equipment-Versicherung werden Berufs- und Hobbymusiker, Bands, DJs, Produzenten und Sammler von Instrumenten und Equipment angesprochen.

Hauptbestandteil des Produkts ist die Allgefahrenversicherung, zum Beispiel bei Diebstahl, Raub, Brand, Bruch und Elementarer-eignissen. Sie übernimmt die Kosten

Gerade im Bereich Musik ist die Transportversicherung als Basis gut verständlich: Instrumente werden seit jeher zu Konzerten, zu Reparaturen oder zu Ausstellungen bewegt und benötigen während ihrer Reise einen passenden Versicherungsschutz.

nach Beschädigung, Zerstörung oder Verlust. Der Schutz gilt für auch für den Transport, den Proberaum oder das Konzert.

Die Mannheimer legt großen Wert darauf, von ihren Zielgruppen zu lernen und das Gelernte in die Entwicklung und Verbesserung von bedarfsgerechten Produkten einfließen zu lassen. Dass diese Strategie funktioniert, belegen die namhaften Bands, die I'M SOUND ihre Kunden nennt. ■

Von Harald Fröhlich, Leiter Markenprogramme der Mannheimer Versicherung AG





Urteile **kurz & knapp** zusammengefasst

◆ Akuter Marderbefall eines Wohnhauses ist als Sachmangel anzugeben

Der akute Befall eines Wohnhauses mit Mardern ist ein Sachmangel, über den der Verkäufer des Hausgrundstücks aufzuklären hat. Ein weiter zurückliegender Marderbefall, gegen den zudem Abwehrmaßnahmen durchgeführt worden waren, ist demgegenüber kein aufklärungspflichtiger Sachmangel und führt nicht zu Schadenersatzansprüchen des späteren Käufers. Für den späteren Befall haben die Beklagten auch aufgrund eines im Kaufvertrag vereinbarten Haftungsausschlusses für Sachmängel nicht einzustehen.

Oberlandesgericht Hamm, Beschluss vom 13.02.2017,
Az.: 22 U 104/16

◆ Anschlussinhaber haftet nicht bei unautorisierte Pay-by-Call-Nutzung

Der Inhaber eines Telefonanschlusses haftet nicht, wenn ein Dritter diesen ohne Erlaubnis im Rahmen eines Pay-by-Call-Verfahrens (0900-Nummern) nutzt. Im verhandelten Fall hat ein Kind im Rahmen eines Computerspiels mehrfach eine Premiumdienstenummer angerufen. Der Dienstleister machte einen Zahlungsanspruch gegenüber der Mutter geltend, den das Gericht verneinte. Etwaige auf den Abschluss eines Zahlungsdienstevertrags gerichtete Willenserklärungen des Sohns, die dieser durch Anwahl der Premiumdienstenummer abgegeben haben könnte, sind der Mutter nicht zuzurechnen. Weder war das Kind von ihr bevollmächtigt noch lagen die Voraussetzungen einer Anscheinsvollmacht vor. Die für Zahlungsdienste geltenden speziellen Regelungen für nicht autorisierte Zahlungsvorgänge gehen vor. Die Beklagte schuldet keinen Aufwendungs-, sondern allenfalls Schadenersatz.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 06.04.2017,
Az.: III ZR 368/16

◆ Verstoß gegen Impressumspflicht auf Website von Maklerunternehmen

Macht ein Maklerunternehmen, das nicht in das Handelsregister eingetragen ist, in seinem Internetauftritt die Angaben „Registergericht: Amtsgericht 000“ sowie „Registernummer: HR 0000“, ist dies ein Verstoß gegen die Impressumspflichten nach § 5 Telemediengesetz. Gleiches gilt für ähnliche Angaben zur Aufsichtsbehörde sowie zu Umsatzsteuer- und Wirtschaftsidentifikationsnummern. Aus den Angaben 000 sei für den Besucher der Seite nicht ersichtlich, dass der Vermittler über diese Registrierungen nicht verfüge. In diesem Fall haben Angaben zu unterbleiben.

Oberlandesgericht Frankfurt, Urteil vom 14.03.2017,
Az.: 6 U 44/16

◆ Einrichtungskosten keine begrenzt abzugsfähigen Unterkunftskosten

Die Kosten für die notwendige Einrichtung der Wohnung im Rahmen einer beruflich veranlassten doppelten Haushaltführung gehören nicht zu den Unterkunftskosten, deren Abzug auf 1.000 Euro im Monat begrenzt ist. Nach der gesetzlichen Regelung können als Unterkunftskosten für die doppelte Haushaltführung im Inland die tatsächlichen Aufwendungen für die Nutzung der Unterkunft angesetzt werden, höchstens 1.000 Euro im Monat. Aufwendungen für Einrichtungsgegenstände und Hausrat würden jedoch vom Höchstbetrag nicht erfasst.

Finanzgericht Düsseldorf, Urteil vom 14.03.2017,
Az.: 13 K 1216/16, Revision zugelassen

◆ Beifahrer kann für Eingriff in den Straßenverkehr bestraft werden

Öffnet ein Beifahrer die Tür eines fahrenden Pkw, um einen Radfahrer auffahren zu lassen oder zu einem riskanten Ausweichmanöver zu zwingen, kann er wegen gefährlichen Eingriffs in den Straßenverkehr gemäß § 315 b Abs. 1 Nr. 2 Strafgesetzbuch bestraft werden. Es kommt dabei nicht auf das Führen des Fahrzeugs an. Entscheidend ist, dass das Auto nicht mehr als Mittel der Fortbewegung, sondern zur Verletzung oder Nötigung eingesetzt wird. In diesem Sinne habe auch der Angeklagte das Fahrzeug eingesetzt, indem er die Beifahrertür bewusst geöffnet habe, um gemeinsam mit dem mitangeklagten Fahrer den geschädigten Radfahrer abzudrängen und „vom Rad zu holen“.

Oberlandesgericht München, Urteil vom 31.01.2017,
Az.: 4 RVs 159/16; rechtskräftig



Erbschaftsteuer fällt auch bei Nichtgeltendmachung des geerbten Pflichtteilsanspruchs an

(ac) Ein vom Erblasser nicht oder bislang nicht geltend gemachter Pflichtteilsanspruch gehört zu seinem Nachlass und unterliegt bei seinem Erben der Besteuerung. Damit entsteht die Erbschaftsteuer bereits mit dem Tode des Pflichtteilsberechtigten, ohne dass es auf die Geltendmachung des Anspruchs durch dessen Erben ankommt.

Der Kläger ist Alleinerbe seines im September 2008 verstorbenen Vaters. Diesem stand wegen einer Erb ausschlagung ein Pflichtteilsanspruch in Höhe von 400.000 Euro zu, den er aber gegenüber dem Verpflichteten nicht geltend gemacht hatte. Nach dem Tod des Vaters beanspruchte der Kläger den geerbten Pflichtteil. Das Finanzamt rechnete den Pflichtteilsanspruch dem erbschaftsteuerpflichtigen Erwerb des Klägers bereits auf den Todeszeitpunkt seines Vaters hinzu. Der Kläger war hingegen der Ansicht, dass ein Pflichtteil immer erst mit seiner Geltendmachung der Besteuerung unterliege.

Entscheidungsgründe des Gerichts

Das FG wies die Klage mit der Begründung ab, der Pflichtteilsanspruch sei Bestandteil des auf den

Kläger übergegangenen Nachlasses. Der Kläger unterliege der Erbschaftsteuer allein wegen des Erwerbs durch Erbanfall gem. § 3 Abs. 1 Nr. 1, 1. Alt. ErbStG. Die hiergegen gerichtete Revision des Klägers blieb vor dem Bundesfinanzhof (BFH) erfolglos. Das Vermögen des Erblassers geht im Wege der Gesamtrechtsnachfolge als Ganzes auf den Erben über. Dabei setzt sich der Erbe nicht der Gefahr einer doppelten Besteuerung aus. Denn der Erbe eines Pflichtteilsanspruchs muss nur beim Anfall der Erbschaft Erbschaftsteuer für den Erwerb des Anspruchs bezahlen. Eine spätere Geltendmachung des Pflichtteilsanspruchs durch ihn löst keine weitere Erbschaftsteuer aus.

Macht der Erbe – anders als im vorliegenden Fall – den Anspruch gegenüber dem Verpflichteten (ebenfalls) nicht geltend, bleibt es aber dabei, dass für den Erwerb des Anspruchs dennoch Erbschaftsteuer anfällt. Der Pflichtteilsberechtigte kann also – anders als sein eigener Erbe – die Erbschaftsteuer dadurch vermeiden, dass er nicht die Erfüllung seines Pflichtteilsanspruchs verlangt.

BFH, Urteil vom 07.12.2016, Az.: II R 21/14

Anzeige

Bei uns finden Sie den perfekten Nachfolger

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

Wie bieten:

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

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



Eine Initiative von:

AssCompact

Resultate
Institut für Betriebswirtschaft und Betriebsmanagement

DER BESTANDSMARKTPLATZ
Und Ihre Zukunft hat Bestand.

Beweislast bei verlorenen Gütern liegt beim Versicherten

(ac) Der Versicherungsnehmer muss der Transportversicherung beweisen, dass die entsprechenden Güter auch tatsächlich in der angegebenen Menge auf den Weg geschickt und nicht am Bestimmungsort angekommen sind. Es liegt bei ihm, den Transportvorgang ordnungsgemäß zu dokumentieren. Im zugrunde liegenden Fall konnte die versicherte Klägerin nicht beweisen, dass die Elektronikartikel der von ihr beauftragten Lieferung auch verladen worden sind. Zeugen konnten nicht bestätigen, dass der Inhalt der Lieferung auch mit den in der Rechnung aufgeführten Artikeln übereinstimmte.

Anzahl der Güter muss genau dokumentiert sein

Eine Beweiserleichterung wie bei einer Hausratversicherung, bei der im Falle einer großen Zahl an entwendeten Gegenständen die Zahl nur in etwa nachgewiesen werden müsse, komme dem Versicherten laut BGH nicht zugute. Auftraggeber und Transporteur hätten es ohne Weiteres in der Hand, die Beförderung des Transportgutes nach Art und Menge ausreichend zu dokumentieren, während der Versicherer insoweit keinen Einblick hat, so der BGH weiter. Schadenersatz wegen verlorenen Transportguts kann nur der verlangen, der genau darlegt und beweisen kann, dass die Güter beim Transportunternehmen abhandengekommen sind und wie hoch der Schaden ist. Dies umfasst laut BGH neben dem Beweis der Übernahme von Gütern auch den Nachweis ihrer Identität, ihrer Art, ihrer Menge und ihres Zustands. Der BGH hat die Revision der Klägerin zurückgewiesen.

BGH, Beschluss vom 11.01.2017,
Az.: IV ZR 74/14

Inhalt der Patientenverfügung von entscheidender Bedeutung für die Behandlung

(ac) Der Bundesgerichtshof hat sich erneut mit den Anforderungen befasst, die eine Patientenverfügung im Zusammenhang mit dem Abbruch von lebenserhaltenden Maßnahmen erfüllen muss. Im verhandelten Fall hatte die Betroffene eine Patientenverfügung unterschrieben, in der stand, dass „lebensverlängernde Maßnahmen“ unterbleiben sollten, wenn keine Aussicht auf Wiedererlangung des Bewusstseins bestehe oder ein schwerer Dauerschaden des Gehirns zurückbleibe. Nach einem Schlaganfall war sie ins Wachkoma gefallen und musste künstlich ernährt werden.

Benennung ärztlicher Maßnahmen und Bezugnahme auf spezifizierte Behandlungssituation

Im Urteil vom 06.07.2016 (XII ZB 61/16) hatte der BGH bereits entschieden, dass die Angabe, „keine lebenserhaltenden Maßnahmen“ zwar nicht hinreichend konkret ist. Es genüge aber, bestimmte ärztliche Maßnahmen zu benennen oder auf ausreichend spezifizierte Krankheiten oder Behandlungssituationen Bezug zu nehmen. Dies hat der BGH nun weiter präzisiert. Im Einzelfall genüge auch eine weniger detaillierte Benennung ärztlicher Maßnahmen durch die Bezugnahme auf ausreichend spezifizierte Krankheiten oder Behandlungssituationen. Laut BGH hat sich das Beschwerdegericht nicht ausreichend mit der Frage befasst, ob die Patientenverfügung eine wirksame Einwilligung in den Abbruch der künstlichen Ernährung enthält. Denn die Betroffene hat darin ihren Willen zur Behandlung unter anderem an die medizinisch eindeutige Voraussetzung geknüpft, dass keine Aussicht besteht, dass sie das Bewusstsein wiedererlangt. Auch die ärztlichen Maßnahmen hat sie konkretisiert: Behandlung und Pflege sollen auf Linderung von Schmerzen, Unruhe und Angst gerichtet sein. Und zwar selbst dann, wenn dadurch eine Lebensverkürzung nicht auszuschließen ist. Ob das Wachkoma auf diese bezeichnete Behandlungssituation zutrifft, hat das Beschwerdegericht bislang nicht festgestellt. Entscheidend ist dabei, wie die Betroffene selbst entschieden hätte.

BGH, Beschluss vom 08.02.2017, Az.: XII ZB 604/15



Behandlung und Pflege sollen auf Linderung von Schmerzen, Unruhe und Angst gerichtet sein. Auch wenn dadurch eine Lebensverkürzung unumgänglich ist.



Bausparvertrag: Laufzeitbegrenzung rechtswidrig

(ac) Eine Klausel, nach der die Laufzeit eines Bausparvertrages „aus bauspartechnischen Gründen“ einseitig begrenzt werden kann, ist intransparent und deshalb unwirksam. Dies hat das Landgericht Nürnberg-Fürth entschieden. Die Bausparkasse BSQ Bauspar AG hatte in einigen ihrer Bausparverträge eine Klausel eingebaut, die ihr einräumte, die Vertragslaufzeit auf sieben Jahre zu begrenzen, wenn bauspartechnische Gründe vorliegen. Dagegen klagte die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg. Die Klausel sei intransparent. Das LG Nürnberg-Fürth teilt diese Auffassung und erklärte die Klausel für rechtswidrig. Nach der noch jungen Rechtsprechung des BGH können die Bausparverträge gekündigt werden, wenn sie seit mindestens zehn Jahren zuteilungsreif sind. Von der Bausparkasse wurde vor Gericht eingewendet, die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht habe die Klausel genehmigt. Eine solche Genehmigung entzieht die Klausel allerdings nicht einer AGB-rechtlichen Kontrolle.

LG Nürnberg-Fürth, Urteil vom 14.03.2017, Az.: 7 O 1987/16

Private Krankenversicherung muss für Lasik-OP aufkommen

(ac) Der BGH hat entschieden, dass eine beidseitige Fehlsichtigkeit von -3 bzw. $-2,75$ Dioptrien eine Krankheit im Sinne von § 1 Abs. 2 der Musterbedingungen für die Krankheitskosten- und Krankenhaustagegeldversicherung darstellt. Private Krankenversicherer müssen deshalb bei Vorliegen weiterer Voraussetzungen die Kosten einer Lasik-Operation tragen. Die Klägerin wollte die für die Lasik-OP angefallenen rund 3.500 Euro von der Krankenversicherung erstattet haben.

Für den Krankheitsbegriff in allgemeinen Versicherungsbedingungen komme es nicht auf das Verständnis in medizinischen Fachkreisen, sondern auf das eines durchschnittlichen Versicherungsnehmers an, entschied der BGH. Sobald eine nicht nur geringfügige Beeinträchtigung der körperlichen Normalfunktion vorliege, die der Korrektur bedarf, ginge der Versicherungsnehmer von einer Krankheit aus. Die Korrekturbedürftigkeit der bei der Klägerin vorliegenden Kurzsichtigkeit und die medizinische Indikation für deren Behandlung hatte auch der Sachverständige im Streitfall bejaht. Das Berufungsgericht soll jetzt noch klären, ob die Operation eine medizinisch notwendige Heilbehandlung darstellt.

BGH, Urteil vom 29.03.2017, Az.: IV ZR 533/15

**Sorgenfrei im Alter.
Pflegetagegeld
Premium Plus.**

Highlights für Ihre Kunden:

- Leistung ab Pflegegrad 1.
- 100 % Leistung bei stationärer Pflege ab Pflegegrad 2.
- Einmalzahlung ab Pflegegrad 2.
- Ab Pflegegrad 2 Beitragsbefreiung.
- Nachversicherungsgarantie bis Alter 65 bei Tod oder Pflegebedürftigkeit des Ehe-/Lebenspartners.
- Jährliche Leistungsdynamik in Höhe von 4 %.

Weitere Informationen unter:
wuertembergische-makler.de

Umfassende Aufklärungspflicht des Versicherungsvermittlers über Folgen vorzeitiger Kündigung

(ac) Initiiert ein Versicherungsvermittler den Wechsel seines Kunden von einer Kapitallebensversicherung zu einer fondsgebundenen Rentenversicherung, ohne den Kunden über die Folgen und Risiken der vorzeitigen Kündigung der bestehenden Kapitallebensversicherung aufzuklären, verletzt er die ihm obliegende Beratungspflicht. Das trifft umso mehr zu, wenn die bestehende Kapitallebensversicherung zudem steuerbegünstigt abgeschlossen worden war.

Prinzipiell hat der Versicherungsnehmer die Verletzung einer Beratungspflicht zu beweisen. Wenn sich die Beratungsdokumentation in einem schematischen Ankreuzen bestimmter Themenbereiche ohne nähere Erläuterung erschöpft, weder Angaben zur konkreten Motivation für den Versichererwechsel noch zu den Vorstellungen des Versicherungsnehmers vom gewollten Umfang des Versicherungsschutzes im Vergleich zum bisherigen enthält und nicht über etwaige erhebliche Risiken aufklärt, die mit dem Wechsel verbunden sind, genügt diese den Anforderungen des § 61 Abs. 1 VVG nicht.

Förmliche Parteivernehmung nicht zwingend notwendig
Die Überzeugung des Gerichts fußt auf der Parteierklärung nach § 141 ZPO. Im Rahmen der freien Würdigung des Verhandlungsergebnisses nach § 286 ZPO kann den Behauptungen und Angaben einer Partei unter Umständen auch dann geglaubt werden, wenn diese ihre Richtigkeit sonst nicht beweisen kann. Einer förmlichen Parteivernehmung bedarf es hierfür nicht zwingend. Verwickelt sich eine Partei bei ihrer Anhörung in zahlreiche Widersprüche, während die andere Partei bei ihrer Anhörung im Termin deutliche, anschauliche und lebensnahe Ausführungen macht, so darf das Gericht den Ausführungen der letzteren Partei Glauben schenken.

LG Essen, Urteil vom 08.07.2016, Az.: 19 O 303/15



Der Aufklärungspflicht über Folgen und Risiken, insbesondere bei der vorzeitigen Kündigung des Vertrags, muss der Makler dringend nachkommen.

Urteil im Verfahren BVK gegen Check24

(ac) Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) hat am 06.04.2017 vor dem Oberlandesgericht München gegen Check24 einen wichtigen Sieg für den Verbraucherschutz errungen. Das Internetportal Check24 muss vor dem Online-Abschluss einer Versicherung seine Kunden besser informieren und umfassender beraten als bisher. Zudem muss Check24 deutlich mehr Informationen über den jeweiligen Kunden und dessen Bedürfnisse einholen und sich bereits beim Erstkontakt als Makler zu erkennen geben, der nicht nur Preise vergleicht, sondern als Online-Versicherungsmakler Provisionen kassiert.

Entscheidungsgründe des Gerichts

Der Vorsitzende Richter des 29. Senats am Oberlandesgericht München ließ in der Urteilsverkündung keinen Zweifel daran, dass Online-Anbieter bei der Beratung und beim Verkauf von Versicherungen ausnahmslos den gleichen Anforderungen genügen müssen wie stationäre Versicherungsvermittler. Der Präsident des BVK, Herr Michael Heinz, gibt an, dass „diese Rechtsprechung gegenüber dem Gesetzgeber weiter argumentativen Rückenwind“ bedeutet. So betonte das Gericht, Check24 dürfe beim Kontakt und bei der Beratung von Online-Kunden „nicht die Augen verschließen“. Dies werde den hohen Anforderungen des Verbraucherschutzes nicht gerecht.

Verbraucherschutz gewährleisten

„Es ist wichtig, dass – wie im stationären Vertrieb – auch bei der Online-Beratung hohe Standards gewährleistet werden und der Verbraucherschutz großgeschrieben wird. Dafür haben wir heute einen großen Schritt getan“, freut sich BVK-Präsident Michael H. Heinz. Das Oberlandesgericht München ist der Sichtweise und der Auffassung des BVK in nahezu allen Punkten gefolgt. Das Urteil dürfte insbesondere die Online-Anbieter zu weitreichenden Korrekturen ihrer bisherigen Geschäftspraktiken zwingen. Eine Revision hat das Gericht nicht zugelassen. Vor Redaktionsschluss lag AssCompact keine Stellungnahme von Check24 vor.

Kein Arbeitsunfall bei Barbesuch mit Kollegen

(ac) Eine gesellige Runde unter Kollegen ist nicht gesetzlich unfallversichert, auch wenn sie an eine betriebliche Gemeinschaftsveranstaltung anschließt. Im zugrunde liegenden Fall stürzte ein Versicherungsvertreter in einer Bar auf dem Weg zur Toilette alkoholisiert eine Treppe hinab und verletzte sich schwer. Der Mann lag anschließend mehr als zehn Jahre im Wachkoma und ist mittlerweile verstorben. Die Bar hatte er im Anschluss an eine Betriebsveranstaltung zusammen mit einigen Kollegen besucht. Die Ehefrau vertritt vor Gericht die Ansicht, das Beisammensein der Kollegen in der Bar sei Teil der betrieblichen Veranstaltung. Somit sei der Sturz ein Arbeitsunfall gewesen und der Witwe stehe eine Hinterbliebenenversorgung zu.

Abgrenzung zwischen betrieblich und privat oft schwierig

Das Bundessozialgericht (BSG) hat die Revision der Klägerin abgelehnt. Das Gespräch in der Hotelbar diene zwar der Pflege kollegialer Beziehungen und der Förderung eines angenehmen Betriebsklimas. Dies genüge für sich allein jedoch nicht, um diese Gespräche dem versicherungsrechtlich

geschützten Bereich zuzurechnen. Die Grenze verläuft laut dem BSG bei Besprechungen und sonstigen Zusammenkünften dort, „wo die arbeitsvertragliche Haupt- oder Nebenpflicht zur Teilnahme an einem Gespräch, Meeting, Arbeits- oder Gemeinschaftsessen endet und der informelle kollegiale Austausch beginnt“. Die Abgrenzung kann im Einzelfall schwierig sein, räumte das Gericht ein, insbesondere wenn der Übergang vom dienstlichen Treffen zum informellen Austausch fließend ist. Im vorliegenden Fall war das Ende des gemeinsamen Abendessens an einem anderen Ort, die Abreise mehrerer Teilnehmer und der Übergang in die Bar aber eine deutlich wahrnehmbare Zäsur. Damit eine Gemeinschaftsveranstaltung im Schutzbereich eines Arbeitsunfalls (nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 SGB VII) liege, sei laut BSG außerdem erforderlich, dass die Veranstaltung „im Einvernehmen“ mit der Unternehmensleitung stattfand. Zu dem Ausklang des Abends habe der Arbeitgeber aber weder eingeladen noch habe ein offizieller Mitarbeiter der Vertriebsdirektion daran teilgenommen.

BSG, Urteil vom 30.03.2017, Az.: B 2 U 15/15 R

Anzeige

AssCompact

HEFTVORSCHAU 06|2017

» Titelinterview

Interview mit Dr. Helmut Hofmeier, Vorstand Lebensversicherung im Continentale Versicherungsverbund

» Sonderthemen

Schutz rund ums Haus
Rechtsfragen im Maklerbüro

» Weitere Themen

RA Hans-Ludger Sandkühler zum Urteil BVK und Check24, Beitrag der Ammerländer zur Absicherung von Dienstfahrrädern, Steuerberater Dr. Heiko Buck über die Fehlervermeidung beim Gehaltsverzicht eines Geschäftsführers und weitere Artikel sowie aktuelle Kurzmeldungen.

1. PLATZ
bei 28% im Relevant Set
Print
in der Zielgruppe Versicherte ge- und Finanzberater

HÖCHSTE
RELEVANZ

09/2016 YouGov

1. PLATZ
Jahreskontakte 49%
Print: 12 x pro Jahr
in der Zielgruppe Versicherte ge- und Finanzberater

HÖCHSTE
REICHWEITE

09/2016 YouGov



Das Heft erscheint in der ersten Juniwoche.

Aktuelles zur IDD-Umsetzung: Der Stoff, aus dem die Träume sind ...

Nach der ersten Beratung zum IDD-Umsetzungsgesetz im Bundestag Ende März rollt das Gesetzgebungsverfahren seinen Weg weiter. Aus Sicht des Verband Deutscher Versicherungsmakler (VDVM) e. V. sind dabei insbesondere zwei Kernanliegen zu verfolgen.

Nachdem das Bundeskabinett am 18.01.2017 den Entwurf eines IDD-Umsetzungsgesetzes verabschiedet hat, ist das Gesetzgebungsverfahren „am Laufen“. Der Bundesrat hat sich Anfang März geäußert und unter anderem das „Provisionsgebot“ im Verbrauchergeschäft als sachgerecht bewertet, allerdings Zweifel am § 48c VAG angemeldet und für die Verpflichtung der Versicherer zum Angebot von Nettotarifen votiert. Positiv ist aus Maklersicht, dass der Bundesrat die Streichung des § 6 Abs. 6, letzter Halbsatz VVG (keine Beratung durch Versicherer, wenn Makler beraten hat) für schwidrig hält! Die Regierung hat im Wesentlichen die Vorstellungen des Bundesrates zurückgewiesen bzw. wird diese noch prüfen.

Am 30.03.2017 hat schließlich die erste Lesung im Bundestag stattgefunden. Die im federführenden Wirtschaftsausschuss mit der Umsetzung befassten Abgeordneten haben ihre Reden zu Protokoll gegeben. Erkennbar ist, dass die Große Koalition bestrebt ist, einen Ausgleich der widerstreitenden Interessen herbeizuführen, und die Honorarberatung und das Verhältnis zum Makler „auf dem Zettel“ hat. Den Fraktionen der Linken und Bündnis 90/Die Grünen geht der Entwurf hingegen nicht weit genug. Die Honorarberatung werde damit nicht gestärkt.

Ein Bundestagsabgeordneter hatte in seiner Rede deutlich gemacht, dass die Abgeordneten eine Vielzahl von Schreiben von Versicherungsmaklern erhalten hätten, die den Eindruck erwecken würden, die Welt ginge unter. In diesem Zusammenhang ist eine wichtige Botschaft zu bedenken: „Wenn du den Teich trockenlegen willst, diskutiere nicht (oder nicht zu lange) mit den Fröschen.“ Übersetzt auf unsere Situation besteht die Gefahr,

dass je lauter Betroffene „aufschreien“, Politik und Beamte umso sicherer sind, dass sie an der richtigen Stelle ansetzen! Dies gilt es natürlich zu vermeiden.

Schließlich gibt es noch eine weitere Entwicklung, die zu berücksichtigen ist. Es mehren sich Stimmen aus der Wissenschaft, die den vorliegenden Gesetzentwurf für nicht vereinbar mit der IDD und/oder unserer Verfassung halten und/oder die Wirksamkeit der geplanten Änderungen aus wirtschaftlicher Sicht für verfehlt erachten. Natürlich sollte das die Politik stützig machen. Dies gilt auch vor dem

Hintergrund, dass unsere Nachbarn in Österreich gerade das 20-jährige Jubiläum des Maklergesetzes mit seinem „Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten“ als Erfolgsmodell feiern. Es ist eben nichts in der Welt wirklich alternativlos!

Welche Kernanliegen sind aus der Sicht des VDVM und der Maklerschaft insgesamt in diesem Prozess nun zu verfolgen? Nimmt man die verschiedenen Stellungnahmen und bündelt sie, wird deutlich, dass zwei Grundprinzipien im Gesetzgebungsverfahren mehr Geltung verschafft werden muss:

1. Rolle und Funktion von Maklern

- Wenn der Kunde einen Makler beauftragt, ist dieser für die Beratung als Sachwalter zuständig. Eine Doppelberatung (auch durch den Versicherer) missachtet Rolle und Funktion des Maklers! § 6 Abs. 6 VVG muss deshalb wieder mit dem Halbsatz versehen werden (ursprünglicher Zustand), dass eine Beratung des Versicherers entfällt, wenn der Makler den Vertrag vermittelt hat. Es genügt auch den verfassungsmäßigen Anforderungen nicht, bloß in der Gesetzesbegründung angebliche Freiräume zu thematisieren!
- Das Provisionsgebot für Versicherungsmakler ist auch im Verbrauchergeschäft schwidrig, unverhältnismäßig und deshalb verfassungswidrig. Es beinhaltet außerdem eine sogenannte Inländerdiskriminierung. Warum soll ein Verbraucher seinen Makler, zu dem er Vertrauen hat, bei einer Nettopolice nicht selbst bezahlen können? Warum darf ein Verbraucher, der seine Police im Netz eingekauft hat, bei einem großen komplexen Schaden nicht die Hilfe eines

Es besteht die Gefahr, dass je lauter Betroffene „aufschreien“, umso sicherer sind Politik und Beamte, dass sie an der richtigen Stelle ansetzen!
Dies gilt es natürlich zu vermeiden.

Maklers vor Ort bei der Schadenassistenten gegen Bezahlung in Anspruch nehmen? Warum dürfen ausländische Makler im Dienstleistungsverkehr in Deutschland so agieren, ein deutscher Makler aber nicht? Die Honorarberatung im Verbraucherbereich lässt sich nur stärken, wenn auch der Makler sie in Anspruch nehmen kann! Ein Blick nach Österreich lohnt sich!

- Es sollte in § 34d Abs. 1 Satz 7 Nr. 2 GewO (E) klargestellt werden, dass der Versicherungsmakler den Versicherungsnehmer auch bei der Verwaltung der Verträge und im Schadenfall gegen Honorar rechtlich beraten und den Versicherungsnehmer außergerichtlich vertreten darf. Diese Tätigkeiten darf der Versicherungsmakler bei einer vollumfänglichen Vermittlung ohne Probleme durchführen. Es muss auch möglich sein, wenn der Versicherungsnehmer nur Teilleistungen nachfragt.

2. Gleiche Regeln auf dem Spielfeld

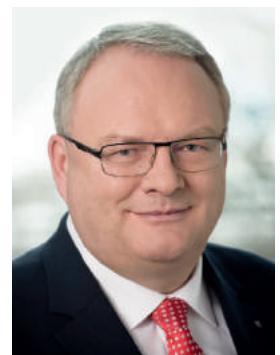
- Beim Versicherungsberater, der auch Versicherungsverträge vermitteln soll (und darf!) und deshalb auch ein Versicherungsvermittler ist, muss geregelt werden, dass nur eine Tätigkeitsvergütung zulässig ist. Würde auch eine erfolgsabhängige Vergütung zulässig sein, würde die dem Provisionsvertrieb vorgeworfene Problematik des sog. Interessenkonflikts nur übertragen werden.
- Bei der Vermittlung von Lebens- und Krankenversicherungsverträgen durch Versicherungsberater oder Makler auf Nettobasis gilt für die Vergütung für beide die 5-jährige Stornohaftzeit. Dies ist zur Herbeiführung gleicher Wettbewerbsbedingungen zwingend notwendig. Es ist traurig, dass man auf diesen Aspekt zum Schutz der Verbraucher überhaupt hinweisen muss!
- Es ist eine Übervorteilung der Verbraucher bei der Honorarberatung wie auch bei der Vermittlung von Nettopolicen durch Makler zu vermeiden, indem die Vergütung beim Versicherungsberater an der sogenannten

Geschäftsgebühr nach dem RVG und bei der Vermittlung von Nettopolicen durch Makler an der üblichen Courtage orientiert wird. Die Vergütung darf auf nicht mehr als 12 Monatsraten aufgesplittet werden, um die Belastung durch die Vergütung nicht zu kaschieren.

- Das Durchleitungsgebot in § 48c VAG (E) ist auf den Schutz des Verbrauchers und die dabei relevanten Versicherungsverträge, das heißt Lebens- und Krankenversicherungen, die bisher üblicherweise mit einer Abschlussvergütung versehen wurden, zu beschränken. Andernfalls wird erheblich in den Wettbewerb im gewerblichen und industriellen Versicherungsbereich eingegriffen. In diesem Bereich stehen dem Kunden aber bereits heute ausreichend Nettoangebote zur Verfügung. Im Konsumentenbereich lohnt sich bei den verhältnismäßig geringen Prämien im Kompositbereich das „Durchleiten“ nicht. Die Durchleitung sollte überdies nur dann vorgenommen werden, wenn der Versicherungsberater auch in dem Umfang des Vermittlers tätig wird. Ein bloßer Beratungsschein, ohne dass dessen inhaltliche Vorgaben auch nur im Ansatz konkretisiert wären, genügt diesen Anforderungen nicht.
- Der Grundsatz sollte lauten: keine Vermittlung ohne Beratung. Sowohl für Versicherer als auch Vermittler sollte es deshalb beim Fernabsatz, das heißt dem Geschäft über das Internet, keine Ausnahme geben. Gerade beim Internetvertrieb ist es möglich, durch geschickte Fragen und Programmierung nicht nur die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden richtig zu erfassen, sondern ihn auch zu beraten. Eine natürliche Person als Vermittler würde bei der Kfz-Kaskoversicherung eines neuen Pkw zum Beispiel nachfragen, ob der Pkw auf Kredit gekauft wurde, um zu prüfen, ob eine sogenannte GAP-Deckung notwendig ist. Warum sollte dies nicht auch im Internet abgefragt werden?

Bei der Umsetzung dieser Kernanliegen würden der Verbraucherschutz wirklich gestärkt, die Möglichkeiten der Honorarberatung tatsächlich erweitert und gleiche Wettbewerbsbedingungen auf dem Vermittlungs- und Beratungsmarkt hergestellt. Eine Kollision mit dem EU-Recht, der Dienstleistungsfreiheit und dem deutschen Grundgesetz wird vermieden. Dies müsste an sich auch Politiker überzeugen, selbst wenn sie der Versicherungsvermittlung in der bisherigen Form eher kritisch gegenüberstehen. ■

**Von Dr. Hans-Georg Jenssen,
geschäftsführender Vorstand des VDVM**





© Style-Photography - Fotolia.com

Schadenregulierung durch den Versicherungsmakler nach § 4 RDG

Verstößt Schadenregulierung durch einen Versicherungsmakler gegen § 4 des Rechtsdienstleistungsgesetzes? Das Urteil des Bundesgerichtshofs und die Ausführungen der BaFin dazu haben für Verunsicherung bei vielen Vermittlern gesorgt. Dr. Frank Baumann nimmt den Paragrafen unter die Lupe.

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat sich in seinem Urteil vom 14.01.2016 (Az: I ZR 107/14) unter anderem auch mit der Frage beschäftigt, ob eine Schadenregulierung durch den Versicherungsmakler im Auftrag des Versicherers gegen § 4 Rechtsdienstleistungsgesetz (RDG) verstößt. Aus den Ausführungen des BGH in seinem Urteil ist zum Teil der Schluss gezogen worden, nicht nur die Schadenregulierung als solche, sondern auch die Schadenbearbeitung im Sinne einer Aufbereitung des Versicherungsfalls falle in den Anwendungsbereich des RDG. Darüber hinaus verstöße eine schadenregulierende Tätigkeit eines Versicherungsmaklers für einen Versicherer wohl selbst dann gegen § 4 RDG, wenn sich das Tätigkeitsbild des Versicherungsmaklers dergestalt gewandelt habe, dass eine solche Tätigkeit des Versicherungsmaklers durchaus marktüblich sei.

Die so skizzierten Ausführungen auch der BaFin geben Veranlassung, sich mit der Vorschrift des § 4 RDG näher zu beschäftigen. Gemäß § 4 RDG dürfen Rechtsdienstleistungen, die unmittelbaren Einfluss auf die Erfüllung einer anderen Leistungspflicht haben können, nicht erbracht werden, wenn hierdurch die ordnungsgemäße Erbringung der Rechtsdienstleistung gefährdet wird. Zum Schutz der Rechtssuchenden stellt die Vorschrift den allgemeinen, für das gesamte RDG geltenden Grundsatz auf, dass Rechtsdienstleistungen unabhängig davon, auf welcher Grundlage sie erbracht werden, unzulässig sind, wenn sie mit anderen Leistungspflichten des Erbringers unvereinbar sind (BT-Drucksache 16/3655, S. 39 und S. 51). Eine solche Unvereinbarkeit liegt vor, wenn die rechtliche Prüfung und Bewertung eines Sachverhalts im Rahmen einer

rechtsberatenden Tätigkeit unmittelbaren Einfluss auf eine andere bereits bestehende Leistungspflicht des Dienstleistenden haben kann. Das ist insbesondere der Fall, wenn durch die Ausführung einer rechtsbesorgenden Tätigkeit eine eigene Leistungspflicht inhaltlich beeinflusst werden kann.

Verbot von Zweittätigkeit nur bei Gefahr von Pflichtverletzung

§ 4 RDG verbietet demzufolge Zweittätigkeit nicht generell, sondern ein Tätigkeitsverbot greift nur ausnahmsweise bei einer im Einzelfall drohenden Pflichtenkollision ein. Es muss darüber hinaus die konkrete Gefahr bestehen, dass die Pflichten bei der Erbringung der Rechtsdienstleistungen regelmäßig verletzt werden. § 4 RDG greift nicht von vornherein ein, wenn eine Interessenkollision nicht ausgeschlossen werden kann. Die Anwendbarkeit des § 4 RDG setzt voraus, dass der Dienstleister über die Pflicht zur Erbringung von Rechtsdienstleistungen hinaus eine weitere Leistungspflicht zu erfüllen hat. Außerdem muss zwischen der Rechtsdienstleistungspflicht und der anderen Dienstleistungspflicht eine

unmittelbare Verbindung in der Weise bestehen, dass die Erfüllung dieser anderen Pflicht inhaltlich durch die Rechtsdienstleistung beeinflusst werden kann (vergleiche Deckenbrock/Henssler, § 4 RDG, Rn. 14). Nach der Gesetzesbegründung muss die Rechtsdienstleistung geeignet sein, unmittelbaren gestaltenden Einfluss auf den Inhalt der bereits bestehenden anderen Leistungspflicht zu nehmen.

Pflicht zur Schadenregulierung nur gegenüber einer Partei

Es ist demzufolge zunächst einmal genau zu überprüfen, ob sich der Versicherungsmakler gegenüber dem Versicherer überhaupt verpflichtet hat, eine Schadenregulierung durchzuführen. Selbst wenn dies der Fall sein sollte, so muss der Inhalt der Verpflichtung, die der Versicherungsmakler gegenüber dem Versicherer übernommen hat, unmittelbar gestaltenden Einfluss auf den Inhalt der bereits gegenüber dem Versicherungsnehmer bestehenden Leistungspflichten haben oder umgekehrt. Ob dies der Fall ist, ist im Einzelfall zu überprüfen. Es ist daher konkret festzustellen, ob sich der Versicherungsmakler nicht nur gegenüber dem Versicherungsnehmer kraft des bestehenden Versicherungsmaklervertrags, sondern aufgrund einer zusätzlichen Vereinbarung auch gegenüber dem Versicherer zur Schadenregulierung verpflichtet hat. Ist diese Frage beantwortet, ist in einem zweiten Schritt zu überprüfen, welchen Inhalt die konkreten Pflichten haben.

Erfüllung der Rechtsleistungspflicht muss gefährdet sein

Selbst wenn eine Pflichtenkollision festgestellt wird, führt diese aber noch nicht zur Unzulässigkeit der Rechtsdienstleistung. Vielmehr muss zugleich die ordnungsgemäße, also insbesondere die objektiv und frei von Eigeninteressen erfolgende Erfüllung der Rechtsleistungspflicht gefährdet sein (vergleiche BGH, NJW 2013, 1870). Die bloße Möglichkeit einer Gefährdung reicht nicht aus (vgl. Deckenbrock/Henssler, § 4 RDG, Rn. 22). Kollidieren zwei Leistungspflichten, die sich beide auf rechtliche Tätigkeiten beziehen, bedarf es jeweils eines nicht nur abstrakt, sondern konkret

vorliegenden Interessenkonflikts (vergleiche auch BGH NJW 2012, 3039; Deckenbrock/Henssler, § 4 RDG, Rn. 28).

Mögliche Maßnahme: Organisatorische und rechtliche Trennung der Bereiche

Im konkreten Einzelfall ist darüber hinaus zu überprüfen, ob die ordnungsgemäße Erbringung von Rechtsdienstleistungen allein schon deshalb nicht gefährdet ist, weil über organisatorische Maßnahmen sichergestellt ist, dass die Durchführung und Abwicklung

der Rechtsdienstleistung völlig unabhängig von der anderen Leistungspflicht erfolgen. Eine derartige Maßnahme kann zum

Beispiel eine rechtliche und organisatorische Trennung der Bereiche „Rechtsdienstleistungen“ und „sonstige Leistungen“ sein.

Ob demzufolge § 4 RDG einer Schadenregulierung durch den Versicherungsmakler überhaupt entgegensteht, ist unter genauer Würdigung aller Umstände des Einzelfalls festzustellen. Allein das Erteilen einer isolierten Schadenregulierungsvollmacht reicht nicht aus, um per se einen solchen Interessenkonflikt zu begründen, der zu einer Anwendbarkeit des § 4 RDG führt. Es ist vielmehr im konkreten Einzelfall zu überprüfen, ob der Versicherungsmakler sowohl gegenüber dem Versicherungsnehmer als auch gegenüber dem Versicherer Leistungspflichten übernommen hat und welchen Inhalt diese haben. Sodann ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vor allen Dingen der organisatorischen und rechtlichen Abwicklung der Schadenregulierung zu überprüfen, ob die ordnungsgemäße Erbringung der Rechtsdienstleistung gefährdet wird. Jede schematische Betrachtung der vielfältigen Form der Zusammenarbeit zwischen Versicherern und Versicherungsmaklern wird der Vorschrift des § 4 RDG nicht gerecht, verstößt gegen das Übermaßverbot und verletzt Art. 12 GG. ■

**Von Dr. Frank Baumann, LL.M., Rechtsanwalt bei
Wolter Hoppenberg Rechtsanwälte Partnerschaft mbB**





Vertriebserfolg und Haftungsvermeidung – Worauf es wirklich ankommt

Fachleute und Medien geben ständig neue Empfehlungen. Wer unabhängig im Finanzanlagen- und Versicherungsvertrieb tätig ist, kommt mit der Erfüllung aller Vorgaben oder wohlmeinenden Ratschläge kaum nach. Tatsächlich sind aber die Punkte, die zum Vertriebserfolg und zur Haftungsvermeidung führen, weder unüberschaubar noch völlig unterschiedlich. Ein Blick auf das Wesentliche hilft.

Betrachtet man die ständig wachsende Zahl von Fachinformationen, die für den Finanzanlage- und Versicherungsvertrieb in den letzten Jahren als relevant erscheinen, sehnt sich mancher nach den guten alten Zeiten zurück. Die Kundenansprache wird zum Multi-Channel-Marketing, soziale Medien wollen nicht nur bedient werden, sondern interaktive Kommunikation ist dort essenziell für eine langfristige Sichtbarkeit und damit für den Erfolg. Digital gestützter Vertrieb, FinTechs, InsurTechs und Robo-Advisors erscheinen als Entlastung und als Weg zur Erschließung neuer Kundengruppen. Oft ist ihre Beherrschung aber nicht nur Herausforderung, sondern sie rufen auch die Befürchtung hervor, dass sie auf Dauer in einigen Bereichen den Vertrieb als Bindeglied zwischen Kunden und Produktgebern überflüssig machen können. Darüber

hinaus werden auch inhaltlich regelmäßig neue Trends bei der Kundenansprache diskutiert, die „nicht mehr zeitgemäße“ Ansätze scheinbar verdrängen.

Aus der Ecke der Regulatorik und Berufsaufsicht kommen ebenfalls ständig umfangreichere, sich häufig ändernde Anforderungen. Allein die Menge der Pflichtinformationen ist sowohl für den Kunden – der sie über sich ergehen lassen muss, oft ohne einen echten Mehrwert bei der Entscheidung zu haben – wie für den Vertrieb ein Ärgernis. Darüber hinaus gibt es bei unterschiedlichen Produkten zwar durchaus Ähnlichkeiten bei den Explorations-, Prüfungs- und Informationspflichten – deckungsgleich sind sie jedoch keineswegs. Dies gilt sowohl im Verhältnis verschiedener Anlagearten untereinander wie auch im Verhältnis zwischen Anlage- und Versicherungsprodukten, obwohl hier – man denke etwa an fondsgebundene Lebens- oder Rentenversicherungen – durchaus ein enges Nachbarschaftsverhältnis besteht.



**Von Prof. Dr. Thomas Zacher, Fachanwalt für
Steuer-, Bank- und Kapitalmarktrecht,
Rechtsanwälte Zacher & Partner und Fach-
hochschule der Wirtschaft in Bergisch Gladbach**

Das Netz der Pflichten wird immer enger

Intern muss wiederum für jeden Bereich nicht nur eine passende Erlaubnis vorliegen – wobei selbst hier die Zuständigkeiten nicht einheitlich sind und manchmal sogar je nach Bundesland differieren –, sondern auch im operativen Bereich wird das Netz von Dokumentations-, Organisations- und Nachweispflichten, gegebenenfalls gekoppelt mit entsprechenden Pflichtprüfungen, immer enger. Ein Schuft, wer Böses dabei denkt, dass manchmal Wirtschaftsprüfer, Rechtsanwälte und andere Dienstleister unter dem Stichwort der Compliance ein umfängliches Szenario zwingender oder halbzwangend zu erfüllender Prozessanforderungen darstellen, um dann ihre professionelle Hilfe anzubieten.

Verschärfung in der Praxis der Rechtsprechung

Das Maß scheinen schließlich häufige Neuigkeiten aus einem dritten Bereich vollzumachen: Zur Haftung wissen die Juristen nicht nur über häufig geänderte Gesetze und Verordnungen zu berichten, sondern auch über sich verschärfende Entwicklungen in der Praxis der Rechtsprechung. Beispiele hierfür sind etwa die Entwicklungen um die Offenlegung des Provisionsinteresses, aber auch immer differenziertere Aufklärungspflichten gegenüber dem Kunden oder ganz neue „Trends“ der Rechtsprechung der letzten Jahre.

Im Versicherungsbereich ist insoweit die Vertriebshaftung wegen unterlassenen oder suboptimalen Versicherungsschutzes zu nennen, im Anlagebereich die Haftung beim Vertrieb von unmittelbaren Immobilienanlagen. Dieser Bereich ist auch ein Beispiel dafür, dass Aufsichtsrecht und zivilrechtliche Haftung leider nicht synchronisiert sind: Während hier noch überwiegend mit einer Genehmigung nach § 34c GewO und ohne große aufsichtsrechtliche Vorgaben gearbeitet werden kann, wird die zivilrechtliche Haftung immer strenger.

Auch dort sind die fachöffentliche Wahrnehmung und das wahre Leben jedoch nicht unbedingt deckungsgleich. Besonders lautstark werben mit neu erstrittenen Haftungsverschärfungen vor Gericht die tatsächlichen oder vermeintlichen Verbraucher- und Anlegerschutzkanzleien, die hierin ein Marketinginstrument sehen. Die große Anzahl vorgerichtlicher Auseinandersetzungen und gescheiterter Klagen wird kaum thematisiert, da die dortigen „Gewinner“ – Produktgeber und Vertriebe – trotz des erfreulichen Ausgangs kein Interesse haben, hiermit Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Selbst dann, wenn auf Veranstaltungen sachlich über diesbezügliche Entwicklungen referiert wird, bleibt oft das Gefühl, dass die Beschäftigung mit diesem „dritten Problemkreis“ ein notweniges Übel sei, dem man sich zusätzlich widmen müsse.

Kundenansprache und -auswahl ist grundlegend

Wagt man jedoch den Blick über den Tellerrand der einzelnen Fachbereiche und versucht die „wahren“ bullet points aus der Fülle der scheinbar fein ausdifferenzierten, jeweils für ein Fachsegment maßgebenden Faktoren herauszudestillieren, stößt man auf Erstaunliches. Schon auf der letztgenannten Ebene ergibt sich aus der Erfahrung einer vierstelligen Anzahl von Haftungsfällen, dass zunächst die richtige Kundenansprache ▶



NETZ AUSWERFEN, Premium-Produkte einfangen!

Mehrfach ausgezeichnete private Deckungskonzepte:

- **Top Privathaftpflicht-, Unfall-, Wohngebäude-, Hausrat- und Rechtsschutzversicherung**

Fangfrische Top-Garantie:

- **Marktgarantie sowie Differenzdeckung in der Hausrat- & Privathaftpflichtversicherung**

Ihre Vorteile:

- **Innovative Produktgestaltung mit immer neuen Maßstäben für die Versicherungswirtschaft**
- **Hoch kompetente Vertriebsunterstützung auf diversen Kanälen**
- **Minimierung der Vermittlerhaftung**

DOMCURA GENIAL. EINFACH. SICHER.

Informieren Sie sich jetzt!

Telefon: (0431) 54654-611

vertrieb@domcura.de

www.domcura.de



DOMCURA

und Auswahl der Kunden von grundlegender Bedeutung ist. Dasselbe Produkt, das im Nachhinein eine wirtschaftlich unbefriedigende Entwicklung genommen hat, wird im Krisenfall auch von demjenigen anders wahrgenommen, der persönlich umfassend bei seiner Entscheidung begleitet wurde und diese dann als gemeinsames Ergebnis wahrgenommen hat.

Wer sich jedoch schon bei der seinerzeitigen Entscheidung unabhängig von allem „Papierkram“ überrumpelt gefühlt hat und/oder das Produkt nicht richtig verstanden hat, ist im Nachhinein bei einem wirtschaftlich enttäuschen- den Verlauf umso eher geneigt, den Fehler bei seinem

Wer eine bestehende Krisenlage oder gar einen eingetretenen Verlust [...] bei einem verkauften Produkt „schönredet“, führt seinen Kunden zu anderen Beratern, die ihn mit seinen Ängsten ernst nehmen und ihm einen Ausweg versprechen.

seinerzeitigen Vermittler oder Berater zu suchen. Entsprechendes gilt leider auch – gleichsam spiegelverkehrt – für den „neunmallugigen Kunden“. Er stellt sich als wohlinformiert dar, verweist auf seine eigene Produktauswahl und Produktkenntnis aus Print- bzw. Internetquellen oder dem Kollegenkreis und gibt dem Finanzdienstleister zu verstehen, dass er kaum Zeit für umfängliche Informationen habe und allenfalls sein Gegenüber von ihm noch lernen könne. Manchmal ist es hier besser, auf ein Geschäft zu verzichten.

Persönliche Ansprache in Krisenzeiten vermeidet den Weg zum Anwalt

Aber selbst dann, wenn „das Kind wirtschaftlich in den Brunnen gefallen ist“, bleibt intensive und offene Kommunikation entscheidend. Wer eine bestehende Krisenlage oder gar einen eingetretenen Verlust bei dem von ihm empfohlenen Produkt „schönredet“, führt seinen Kunden zu anderen (oft anwaltlichen) Beratern, die ihn mit seinen Ängsten ernst nehmen und ihm einen – scheinbar – sicheren Ausweg versprechen. Das Gleiche gilt auch im Falle der „Vogel-Strauß-Politik“. Wer für seinen Kunden nicht mehr zu sprechen ist oder die Kommunikation im Verhältnis zu „guten Zeiten“ deutlich einsilbiger werden lässt, wenn es auch über Unangenehmes zu sprechen gilt, verliert ebenso den Zugang zu seinen Kunden und treibt ihn in fremde Arme – seien es die von Mitbewerbern, seien es die von „Anlegerschützern“.

All diese Aspekte spielen im geschriebenen Urteil keine Rolle – dort geht es regelmäßig nur darum, ob ein bestimmter kritischer Aspekt *ex ante* geprüft und offengelegt oder ob vor ihm gewarnt wurde. So entsteht das – scheinbare – Bild, dass es zur Haftung deshalb gekommen sei, weil im Rahmen von nur noch Juristen verständlichen Plausibilitätsprüfungspflichten der spezielle Umstand X oder Y vom Finanzdienstleister vor Ort nicht richtig behandelt wurde. In über 80% der Fälle hätte sich diese Frage jedoch überhaupt nicht gestellt, wenn der Kunde von vornherein und auch in der Krisensituation persönlich angesprochen und in einen partnerschaftlichen Dialog eingebunden worden wäre.

Aufsichtsrecht fordert partnerschaftliche Kundenbeziehung

Interessant ist nun, dass auch das Aufsichtsrecht – trotz aller Feinheiten – dies letztlich fordert. Nach dem europäischen und deutschen Leitbild soll der „aufgeklärte“ Kunde in die Lage versetzt werden, auf „gleicher Augenhöhe“ eine Anlage- oder Versicherungsentscheidung, unterstützt durch den Vertrieb, zu treffen. Die Kategorien der Wahrheit, Verständlichkeit, Konsistenz und Vollständigkeit der geschuldeten Informationen – die sich letztlich bei allen Asset-Klassen und auch im Versicherungsbereich wiederfinden und dann im Detail noch weiter ausdifferenziert werden – sollen letztlich dazu dienen, der Kundenbeziehung eine partnerschaftliche Qualität zu geben. Natürlich verlangt das Berufs- und Aufsichtsrecht dabei manchmal die Berücksichtigung weiterer und in ihrer Sinnhaftigkeit zweifelhafter Details. Diese zu erfüllen, kommt man auf der Grundlage der jeweiligen Gesetzeslage nicht umhin. Trotzdem geht es auch hier im Kern darum, mit dem Kunden eine faire Partnerschaft zu begründen. Und schließlich ist dies auch die Quintessenz jedes dauerhaft erfolgreichen Vertriebs. Erwartungen der Kunden, Kommunikationsformen und Medien mögen ebenso wie die Ausgestaltung der Produkte im Zeitablauf wechseln. Die persönliche, offene und kundenorientierte Kommunikation bleibt auf allen Kanälen die wichtigste Grundlage für den unmittelbaren Abschluss wie auch den nachhaltigen Erfolg in der Kundenbeziehung. Leads sind gut – Kundenempfehlungen sind besser. Nur wer den Kunden persönlich anspricht, kann damit seinen Geschäftserfolg steigern und erfüllt zugleich das Grundprinzip aller aufsichtsrechtlichen Erfordernisse. Das ist schlussendlich der beste Weg, um Haftungsfällen noch vor einer juristischen Auseinandersetzung vorzubeugen. ■

BUNDESTAGSWAHL

Mehr
Regulierung?

X PROVISIONEN

Kongress
vormerken

NIEDRIGZINSPHASE

Produkt- |
alternativen

INSURTECH

Themenpark
besuchen ✓

DIE LEITMESSE ~~DER BRANCHE~~

für meinen
Erfolg

Jetzt
anmelden

Dortmund

24.-26. Oktober 2017

www.die-leitmesse.de



DKM

DIE LEITMESSE FÜR DIE FINANZ-
UND VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT

**Wir kaufen bundesweit Ihren
„Privatkunden-Einzelversicherungsbestand“**

• Direktankauf von Versicherungsmakler zu Versicherungsmakler • Keine Vermittlung •

Assekuranz Kontor Berlin GmbH • Feldstraße 17, 18528 Bergen
Ansprechpartner: Alexander Weber • E-Mail: aweber@akb-assekuranz.com

Dr. Adams & Associates

Maklerbestände und Maklerunternehmen gesucht

für bundesweit vorgemerkte bonitätsstarke Kaufinteressenten. Bei absoluter Diskretion und Vertraulichkeit sind wir spezialisiert auf:

- die Vermittlung von Versicherungs- und Investmentbeständen
- die Nachfolgeregelungen für etablierte Versicherungsmaklerunternehmen
- die Finanzierung von Bestands- und Unternehmenskäufen

Dr. Adams & Associates GmbH & Co KG • www.AnP-International.com • Tel. +49 (0) 6196 - 400 108

Wir suchen den/die

Jungmakler/in des Jahres

Bewerben Sie sich bis zum 30. Juni 2017.

Informationen und Anmeldung unter www.jungmakler.de



J O B S

Neu im AssCompact Online-Stellenmarkt

» 18.04.2017

Vertriebsassistenz (m/w)
für die Regionaldirektion München
Swiss Life AG
Garching b. München

» 11.04.2017

Sachbearbeiter (m/w) im Innendienst
für die Sparte Lebensversicherung mit Schwerpunkt
private Krankenversicherung und bAV

Tretter & Pfister betriebliches und privates
Vorsorgemanagement GmbH
Unterhaching

» 11.04.2017

Vertriebsprofi für branchenspezifische
Softwarelösungen (w/m)
Acturis Deutschland GmbH
Grafschaft bei Bonn / Lübeck

» 06.04.2017

Sachbearbeiter (m/w) Vertriebsservice
GRANDIOS AssekuranzKontor GmbH
Berlin

AssCompact

online

» News

Vermittlerverbände zur IDD-Umsetzung: IGVM kritisiert politische Weltfremdheit und rechtliche Verstöße

Die erste Beratung zum IDD-Umsetzungsgesetz hat vor Kurzem im Bundestag stattgefunden. AssCompact hat Vermittlerverbände gefragt, wie sie diese Beratung bewerten. Heute nachgefragt bei Wilfried E. Simon, dem stellvertretenden Vorsitzenden der IGVM, der im Gesetzesentwurf rechtliche Verstöße sieht und einseitige Honorarberatungspläne als Umzug bezeichnet.



» Da der sogenannte Verbraucherschutz als Lobby bei Mitte-Links und den Grünen einen ausgezeichneten Stand hat, stehen die meisten MdPs von dieser Seite Gesprächsangebote der Maklerschaft nicht positiv gegenüber bzw. reagieren erst gar nicht auf Einladungen – sodass sie auch null Wissen über die praktischen professionellen Beratungsvorgänge, Aufklärungspflichten und Haftung eines Maklers haben [...].

Mittelstand erwartet positive Impulse für die bAV vom Betriebsrentenstärkungsgesetz

Laut einer aktuellen Studie von Generali und F.A.Z.-Institut erwartet die Mehrheit der mittelständischen Unternehmen mit der aktuellen Reform eine steigende bAV-Nachfrage. Ist aber bei der eigenen Umsetzung noch unsicher.



» Ich behaupte, dass 90% der Mittelständler die Inhalte des Betriebsrentenstärkungsgesetzes noch gar nicht im Detail kennen [...]. Vor allem stellt sich die Frage, wie und von wem die Beratung umgesetzt werden soll. [...] Das Betriebsrentenstärkungsgesetz wird grandios scheitern, weil politische Überlegungen eine praxisnähere Ausrichtung verhindern! [...]

» Facebook

AssCompact

asscompact unterstützt auch in diesem Jahr wieder den jüngsten Award, der in diesem Jahr zum siebten Mal verliehen wird. Das Fachmagazin will von besterlei Teilnehmern und Gewinnern wissen, was eine Teilnahme gebracht hat und wie sich ihr Unternehmen weiter entwickelt hat. Gewinner ist im Gespräch: Jungmeister Matthias Fischer, Geschäftsführer von Finanzversicherer – Die Spezialisten für Privatversicherer: www.asscompact.de/jungmeister-awards-nominierung-2017.



Jungmeister Matthias Fischer: „Ich habe die Bestätigung: Mein Betrieb ist für die Zukunft gut aufgestellt.“ AssCompact untersucht den Journalismus, der in diesem Jahr zum siebten Mal verliehen wird.

Facebook

AssCompact

Neuigkeiten von Matthias M. Janka, Mitherausgeber des Kundenmagazins & Reaktion: Reaktionen über die Thematik der konkreten Verweisung im Bereich der Vermögensschadenshaftpflichtkongress. www.asscompact.de/reaktionen.html



BEI-Urteil: Das Problem der konkreten Verweisung Das Oberlandesgericht Hamm hat mit Schied vom 04.07.2016 (Az.: 10 O 2227/15) die Thematik der konkreten Verweisung im Bereich der Betriebsrentenstärkungsgesetz verhandelt. Dabei geht es um die Frage, ob

Facebook

Informieren und kommentieren unter www.asscompact.de

Ansehen unter www.facebook.com/asscompact

» Veranstaltungskalender

11.05.2017

LV-Roadshow 2017

Continentale Lebensversicherung AG
Stuttgart

16.05.2017

Podiumsdiskussion: „Fluch oder Segen? Wie Digitalisierung und FinTechs unsere Branche verändern“

VDVM Regionalkreis Bayern und VGA Assekuranzclub München
München

17.05.2017

Erfahrungsaustausch: Personenschäden 2017

MCC Management Center of Competence Düsseldorf

18.05.2017

Vermögensschadenshaftpflichtkongress

AssCompact Austria in Kooperation mit DGVH Wien

23.05.2017

14. Rückversicherungssymposium

Technische Hochschule Köln
Köln

30.-31.05.2017

Deutsche Immobilienmesse

bbg Betriebsberatungs GmbH
Dortmund

Weitere Veranstaltungen unter www.asscompact.de/kalender

Verlag & Herausgeber:
bbg Betriebsberatungs GmbH
Postfach 10 02 52
95402 Bayreuth

Tel. 0921 757580
Fax 0921 7575820
E-Mail info@bbg-gruppe.de, info@asscompact.de
Web www.bbg-gruppe.de, www.asscompact.de



Geschäftsführende Gesellschafter:
Dieter Knörrer, Jürgen Neumann

Mitglied der Geschäftsleitung:
Konrad Schmidt (ppa.)

Chefredaktion:
Brigitte Horn

Redaktion:
Adele Dietl, Sabine Greiner, Michael Herrmann, Kathleen Keßler, Tina Kirchner, Stefanie Seeger, Toni Verena Seibert

Anzeigenleitung:
Sven Jérón



Mediadaten: www.asscompact.de

Pressemitteilungen an: redaktion@asscompact.de

Kostenpflichtiger Bezug: Heftpreis 3,80 € zzgl. MwSt.

Schlusskorrektorat:
correctus e. K.
Bernd Gössel
Flößaustraße 130
90763 Fürth

Tel. 0911 5209560
Fax 0911 5209561

E-Mail: info@correctus.de

Druck & Verarbeitung:
westermann druck GmbH
Georg-Westermann-Allee 66
38104 Braunschweig

Tel. 0531 708501
Fax 0531 708599

E-Mail: westermann_druck@westermann.de

Bilder: www.fotolia.com

Ausgabe 05/2017

Die dargelegten Informationen unterliegen einer besonderen Dynamik. Aus diesem Grund können weder Verlag noch Redaktion eine Haftung für die Richtigkeit des Inhaltes übernehmen, es sei denn, es besteht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Verfassers wieder. Für den Inhalt ist der Verlag nicht verantwortlich. Der Inhalt dient lediglich der Unterrichtung und ist keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren. Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Alle Urheber- und Verlagsrechte, insbesondere im Hinblick auf jede Art der Vervielfältigung, bleiben vorbehalteten. 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

Dr. Walter Botermann
Frank Kettnaker
ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzern
Alte Leipziger-Platz 1
61440 Oberursel
Tel. 06171 6600
www.alte-leipziger.de

service@alte-leipziger.de

Friedhelm Gieseler

KlinikRente Versorgungswerk GmbH
Robert-Perthel-Straße 4
50739 Köln
Tel. 0221 29209310
www.klinikrente.de

friedhelm.gieseler@klinikrente.de

Sonderthema Krankenversicherung

Thorsten Bröske

Die Schwenninger Betriebskrankenkasse
Spittelstraße 50
78056 Villingen-Schwenningen
Tel. 07720 97270
www.die-schwenninger.de

info@die-schwenninger.de

Gerd Güssler

KVpro.de GmbH
Wentzingerstraße 23
79106 Freiburg
Tel. 0761 1204100
www.kvpro.de

info@kvpro.de

Micha Hildebrandt

vigo Krankenversicherung VVaG
Konrad-Adenauer-Platz 12
40210 Düsseldorf
Tel. 0211 3559000
www.vigo-krankenversicherung.de

service@vigo-krankenversicherung.de

Dr. Rainer Reitzler

Münchener Verein Versicherungsgruppe
Pettenkoferstraße 19
80336 München
Tel. 089 51521000
www.muenchener-verein.de

info@muenchener-verein.de

Jens Roeseler

IKK classic
Tannenstraße 4b
01099 Dresden
Tel. 0800 4551111
www.ikk-classic.de

info@ikk-classic.de

Benno Schmeing

SDK Unternehmensgruppe
Raiffeisenplatz 5
70736 Fellbach
Tel. 0711 73727777
www.sdk.de

sdk@sdk.de

Investment

Marc Friedrich

Matthias Weik
Friedrich & Weik Vermögenssicherung UG
Mühlstraße 90
73547 Lorch
Tel. 07172 9119717
www.fw-vs.de

info@fw-vs.de

Tilmann Galler

JPMorgan Asset Management (Europe) S.à r.l.,
Frankfurt Branch
Taunustor 1
60310 Frankfurt am Main
Tel. 069 71240
www.jpmorganassetmanagement.de

asset.management.frankfurt@jpmorgan.com

Michael Schütt

DJE Kapital AG
Pullacher Straße 24
82049 Pullach
Tel. 089 7904530
www.dje.de

info@dje.de

Finanzen

Daniel Hering
Björn Weikert
PROCHECK24 GmbH
Landshuter Allee 8
80637 München
Tel. 089 244185350
www.procheck24.de

info@procheck24.de

Management & Vertrieb

Andreas W. Grimm
Resultate Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH
Landwehrstraße 61
80336 München
Tel. 089 943964 001
www.resultate-institut.de

andreas.grimm@resultate-institut.de

Florian Mück

Bigues i Riells
Barcelona
Spanien
Tel. 0034 635 198645
www.florianmueck.de

info@florianmueck.de

Steffen Ritter

Institut für Versicherungsvertrieb
Markt 5
06526 Sangerhausen
Tel. 03464 2797730
www.ivv-beratung.de

info@ivv-beratung.de

Hans-Ludger Sandkühler

SANDKÜHLER SCHIRMER Rechtsanwälte
Hellweg 8
44787 Bochum
Tel. 0234 5200603 50
www.sandkuehler-schirmer.de

info@sandkuehler-schirmer.de

Sonderthema Zielgruppen

Matthias Fischer
Wolfgang Fischer Versicherungsmakler GmbH
Eichenweg 5
95494 Gesees
Tel. 09201 7737
www.fischerversichert.de

info@fischerversichert.de

Harald Fröhlich

Mannheimer Versicherung AG
Augustaanlage 66
68165 Mannheim
Tel. 0621 4578000
www.mannheimer.de

service@mannheimer.de

Nicole Gerwert

Wirtschaftsberatung für Zahnärzte
Heideweg 36
48734 Reken
Tel. 0201 10227753
www.wirtschaftsberatung-fuer-zahnärzte.de

zahnärzte@vonbuddenbrock.de

Heide Härtel-Herrmann

Frauenfinanzdienst GmbH
Im Klappenhof 33
50670 Köln
Tel. 0221 9128070
www.frauenfinanzdienst.de

info@frauenfinanzdienst.de

Steuern & Recht

Dr. Frank Baumann LL.M.
Wolter Hoppenberg Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
Münsterstraße 1–3
59065 Hamm
Tel. 02381 921220
www.wolter-hoppenberg.de

mail@wolter-hoppenberg.de

Dr. Hans-Georg Janssen

Verband Deutscher Versicherungs-Makler e. V.
Cremon 34
20457 Hamburg
Tel. 040 3698200
www.vdvm.de

vdvm@vdvm.de

Prof. Dr. Thomas Zacher

Zacher & Partner Rechtsanwälte
Richard-Wagner-Straße 12
50674 Köln
Tel. 0221 9438900
www.zpanwaelte.de

info@zpanwaelte.de

Immer dabei: Die AssCompact als App



Mit der AssCompact App überall umfassend informiert:

- » intelligente Suche – finden Sie schnell alle für Sie relevanten Artikel
- » Favoritenauswahl – lesen Sie Artikel bequem zu einem späteren Zeitpunkt
- » themenbezogenes Nachschlagen – nutzen Sie die AssCompact-Bibliothek
- » intuitives, modernes Design – behalten Sie ganz einfach die Übersicht

Jetzt kostenfrei bei iTunes oder Google Play downloaden!



 App Store

 Google play

AssCompact
Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement



VORBEIZIEHEN, WENN ANDERE AUSFALLEN!

Vertrauen Sie den leistungsstarken
i-CPPI Riester- und fondsgebundenen
Produkten der WWK.

- fondsgebundene Riester-Rente der nächsten Generation
- kurze Mindestlaufzeit und maximale Anlagechancen am Kapitalmarkt
- attraktive Verdienstmöglichkeiten für Ihren Erfolg



WWK VERSICHERUNGEN Vertriebsberatung: 089/51 14 20 00 oder info@wwk.de



WWK
Eine starke Gemeinschaft