

AssCompact

12 | 2017 3,80 €

Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Sonderthemen

- » Altersvorsorge
- » Rückblick DKM 2017

febs Consulting

BRSG – Fluch oder Segen
für den bAV-Vertrieb?

AssCompact Studien

TRENDS IV/2017
Positive Vertriebsstimmung



Versicherungskammer
positioniert das Makler-
geschäft Kranken neu

Stefan Gilles, Geschäftsführer der
Versicherungskammer Maklernmanagement Kranken GmbH



BRSG.
Andere sehen
ein Gesetz.
Wir sehen
Ihre Chancen.



Das BRSG kommt – und mit ihm Ihre Beratungschancen.

Mit dem Betriebsrentenstärkungsgesetz (BRSG) wird die bAV nicht nur für Arbeitnehmer und Arbeitgeber interessanter – auch für Sie ergeben sich viele neue und attraktive Chancen.

Einerseits, weil durch das Gesetz erheblich mehr Beratungskompetenz in der bAV gefragt ist. Andererseits, weil mehr Möglichkeiten die Nachfrage steigern. Mit der Allianz als Partner haben Sie auf jede Frage die richtige Antwort und für jeden Bedarf das passende Angebot.

So unterstützen wir Sie:

- Umfassende Materialwelt zur Kundeninformation und -ansprache
- Attraktive und individuelle bAV-Angebote trotz Niedrigzinsphase
- Jahrelanges Umsetzungs- und Prozess-Know-how vom bAV-Marktführer



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

Allianz 

Alles eine Frage der Geschwindigkeit

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

es waren aufregende und aufgeregte Tage, Wochen und Monate. Und plötzlich steuern wir auf das Jahresende zu und fragen uns, wie dieses 2017 nun zu bewerten sei. In der Gesamtschau hat sich die Welt deutlich geändert. So ist das zumindest aus unserer europäischen Sicht. Deutschland scheint zudem plötzlich an Stabilität und Koninuität zu verlieren. Und mit dem Blick auf unsere Branche scheint sich die Welt immer schneller zu drehen. Und das im Gegensatz zur tatsächlichen Erdrotation: Wissenschaftler vermuten, dass sich die Erde immer langsamer drehen wird. Was im Übrigen keine gute Botschaft ist, denn eine abnehmende Erdrotation lässt die Gefahr negativer Naturereignisse steigen, wie die Experten gleich hinterherschicken.

Das alles macht nachdenklich, die jungen FinTechs und InsurTechs lassen sich dagegen von so gut wie nichts beeindrucken. Sie geben weiter Gas. Wenn auch der erste Hype vorbei ist, sprießen beinahe täglich neue Start-ups aus dem Boden. Lagen zunächst die Kundenschnittstelle und danach die Produktentwicklung – Stichwort digitaler Versicherer – im Fokus, richtet sich der Zoom nun auf Dienstleistungen in den Bereichen Gesundheit, Haus und Auto. Das Ziel ist eine immer bessere Vernetzung verbunden mit der Vision der Risikoreduzierung und Echtzeitübertragung. Vieles wird damit schneller werden, manches sicherlich auch besser. Komplex wird das Leben bleiben.

An anderer Stelle heißt es nun auf einmal Aufschub. Die Anwendung der IDD wird vermutlich auf Oktober 2018 verschoben. Mit Erscheinen dieses Heftes dürfte die Entscheidung darüber schon gefallen sein. Was ändert das? Nicht so sehr viel. Notwendige Veränderungen und Anpassungen sollten jetzt nicht mehr auf die lange Bank geschoben werden, auch wenn die Versuchung groß ist, dies in den betriebsamen Monaten Dezember und Januar zu tun. Hilfreich bei den Vorbereitungen wäre, wenn die Versicherungsvermittlungsverordnung final vorläge. Das dürfte dann aber auch in den nächsten Wochen der Fall sein. Spätestens dann dürfte es wieder hektisch werden, was Interpretation und schließlich Umsetzung in die Praxis angeht.

Ein Jahresrückblick wird das hier nicht. In den nächsten Wochen werden wir damit sowieso überschüttet. Wenn Sie Ihre diesjährige persönliche Bilanz ziehen, hoffe ich für Sie, dass sie überwiegend positiv ausfällt. Ich wünsche Ihnen ein gutes Jahresende – so, wie es Ihnen gefällt. Vielleicht werde ich die Feiertage nutzen, um mal wieder das Buch „Die Entdeckung der Langsamkeit“ zu lesen. Oder vielleicht werde ich mir mal wieder den Film „Rush“ ansehen.



Ihre

Brigitte Horn
Chefredakteurin
horn@asscompact.de





18

AssCompact TRENDS IV/2017: Positive Vertriebsstimmung bei den unabhängigen Vermittlern



30 <<

Versicherungskammer positioniert das Maklergeschäft Kranken neu

Personen

8 News

Studien

16 Aktuelle Marktuntersuchungen

18 AssCompact TRENDS IV/2017: Positive Vertriebsstimmung bei den unabhängigen Vermittlern

Assekuranz

20 News

- >> 30 Titelinterview > Versicherungskammer positioniert das Maklergeschäft Kranken neu
> Stefan Gilles, Versicherungskammer Maklermanagement Kranken
- 32 Neue Dental-Tarife der ARAG Krankenversicherung > von Dr. Roland Schäfer, ARAG
- 34 Was geht da noch? BU erfolgreich im Markt vorantreiben > von Kristina Salzwedel, VOLKSWOHL BUND
- 36 „Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unserer Strategie erfolgreich sein werden“ > Interview mit Gail Izat, Standard Life
- 38 Terrorversicherung – Sicherheit auch in unsicheren Zeiten > von Peter Brink, Chubb
- 40 Was ist das eigentlich? Cyberrisiken verständlich erklärt > von Sören Brokamp, Basler
- 42 „Mach's möglich“ – Versicherer mit sozialem Engagement > von Markus Drews, Canada Life

Sonderthema Altersvorsorge

- 44 Altersvorsorge – Ein Update > von Tina Kirchner, AssCompact
- 46 Um Bürger für Vorsorge zu gewinnen, braucht es kluge Beratungsansätze > von Frank Nobis, IVFP
- 48 Zukunftsmarkt private Altersvorsorge – Das erwarten die Versicherer
- 52 Mission digitale Altersvorsorge: So will fairr.de Kunden überzeugen > Interview mit Jens Jennissen, fairr.de
- 54 Altersvorsorge oder Alter voll Sorge? > von Torsten Reidel, Grüner Fisher
- 56 Warum schieben wir Themen wie auch die Altersvorsorge auf die lange Bank?
> Interview mit Hans-Werner Rückert, Diplom-Psychologe

Investment

58 News

- 62 Kommentar > Stillstand, nicht der Tod > von Michael Herrmann, AssCompact
- 66 2. AssCompact Roundtable: Die Zukunft des Investmentvertriebs
- 70 „Viele Anleger unterschätzen noch die Auswirkungen demografischer Trends“
> Interview mit Velislava Dimitrova und Aneta Wynimko, Fidelity
- 72 Anbieter, Vertriebe, Anleger: Wem nützt die Investment AG? > von Stephanie von Keudell, freie Journalistin

Finanzen

74 News

- 78 Sale & Lease back – Stille Reserven sinnvoll nutzen > von Marcus Rex, PLANETHYP
- 80 Mobile Vermittlung von Strom und Gas für alle Kundengruppen > von Stefan Arnold, E.Q Energy

Begeisterung?

»Die Zukunft im Blick.«



Jens Woltering, Maklerbetreuer,
empfehl: Die neuen Fondspolizen für
fundsaffine Berater.

Ihr Erfolg mit den neuen Helvetia Fondspolizen.

Das Jahr 2018 stellt Berater von Fonds-
anlagen vor große Herausforderungen.

Optimieren Sie die Fondsanlagen Ihrer
Kunden für MiFID II, InvStG und IDD:

- Flexible Vergütungsmodelle
- Einmalanlage wird zum Sparplan –
mit der Cost-Average-Option
- Kostenfreies Rebalancing
- Große ETF-Auswahl

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



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

Ihre Schweizer Versicherung. **helvetia**

82

Rückblick auf die DKM 2017



DKM-News

82 Eine starke Messe für eine neue Welt

Management & Vertrieb

110 News

118 Erfolg langfristig sichern – Aber wie kann ich das erreichen? > von Steffen Ritter

120 „Unabhängiger und stärker kann ein Pool dann nicht mehr sein“

> Interview mit Rolf Schünemann und Rainer M. Jacobus, BCA

122 Und plötzlich ist alles vorbei > von Andreas Grimm, bestandsmarktplatz.de

124 Digitale Dynamik bei der InsurTech-Konferenz „DIA Munich“

> von Dr. Moritz Finkelnburg, LL.M., Goethe Business School

Steuern & Recht

126 News

132 Bedingungsvielfalt und neue Klauseln in der D&O-Versicherung

> von Dr. Tanja Schramm, Clyde & Co

134 Betriebsrentenstärkungsgesetz – Fluch oder Segen für den bAV-Vertrieb?

> von Markus Keller, febs Consulting

138 Know-how aus und vom VDVM > Die IDD-Umsetzung ist verabschiedet –
Wie geht es jetzt weiter? > von Dr. Hans-Georg Jenssen, VDVM

140 Kolumne > Delegierte Verordnung (II): Vorgaben für Produkthersteller

> von Rechtsanwalt Hans-Ludger Sandkühler

142 Neue Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten

> von Jan C. Knappe und Thomas Elster, Dr. Roller & Partner Rechtsanwälte

6 Veranstaltungen

14 Bücher

145 Stellenmarkt

146 Impressum

»»»»»»»»» Bitte beachten Sie die in dieser Ausgabe enthaltenen
Beilagen der Basler Versicherungen und von Grüner
Fisher Investments.

Frauen in Führung: Frauen-Führungskräftetreffen der Nordbayerischen Versicherer

(ac) Rund 70 weibliche Führungskräfte aus der nordbayerischen Versicherungswirtschaft trafen sich Anfang November 2017 in der Nürnberger Akademie zum ersten regionalen „Frauen-Führungskräfte-treffen der Nordbayerischen Versicherer“. Moderiert und organisiert wurde das Treffen vom BWV Nordbayern-Thüringen.

Die Wichtigkeit von Networking im Berufsalltag

„All meine Erfolge waren im Grunde Ergebnisse gelungenen Networkings. Denn erfolgreich ist man nie allein“, so Coach und Autorin Monika Scheddin in ihrem Vortrag. Wie kann man mit Networking wirklich belastbare Beziehungen zu Kunden, Kollegen und Multiplikatoren schaffen? Mit welcher Haltung baut man sich zielführende Businesskontakte auf? Und was hat das mit nachwachsenden Rohstoffen, James Bond und einer Diva zu tun?

Diese und weitere Fragen rund um das Thema Netzwerken und Erfolgsstrategien für Frauen klärte Scheddin gemeinsam mit ihren Zuhörern. Danach hatten die Teilnehmerinnen die Gelegenheit, die Tipps direkt in die Praxis umzusetzen und neue Businesskontakte zu knüpfen. Die Nordbayerischen Versicherer, die das organisierte Netzwerken von



Die Zuhörerinnen hatten bei der Veranstaltung viele Möglichkeiten zum Networking.

weiblichen Führungskräften in Nordbayern initiiert haben und finanziell unterstützen, zeigten sich mit der Veranstaltung sehr zufrieden. Schirmherrin Sarah Rössler, Vorstandsmitglied der HUK-COBURG und Vorsitzende des Branchenbeirats: „Gemischte Führungsteams aus Männern und Frauen sind einfach leistungsfähiger und funktionieren besser. Deshalb haben sie auch bessere Voraussetzungen als eine rein aus Männern bestehende Führung, die heutigen Herausforderungen an Unternehmen innovativer, nachhaltiger und wahrscheinlich sogar effizienter zu meistern.“

Consilium Investmentabend: „Kapitalanlage in besonderen politischen Zeiten“

(ac) Zum siebten Mal in Folge lud Consilium Director Boris Fahle vom Team Dortmund Mandanten und interessierte private Anleger ein, um von der Erfahrung langjähriger Finanzexperten zu profitieren. 180 Gäste erhielten Tipps und Hintergrundinformationen zu erfolgreichen Anlagestrategien, auch oder gerade in Zeiten nicht mehr vorhandener Zinsen.

Aktuelle Entwicklungen im Blick

Peter Peterburs, Vertriebsleiter bei Jupiter Asset Management Ltd., gab Einblicke in die Opportunitäten im Rentensektor: Der Zins wird mittelfristig auf sehr niedrigem Niveau bleiben, aber auch hier gibt es global noch attraktive Anlagemöglichkeiten, um nach Inflation Geld zu verdienen. Den Einfluss der Notenbanken auf die eigene Anlagestrategie beleuchtete Stephan Fritz, Multi-Asset-Product-Specialist bei der Flossbach von Storch AG. Seine Kernaussage, robust und ständig investiert zu sein,



Auf dem Foto v. l. n. r.: Stephan Fritz (Flossbach), Peter Peterburs (Jupiter), Boris Fahle (Consilium), Carsten Holzki (Invesco)

erklärte er an vielen Beispielen. Ideales Timing schaffe niemand. Carsten Holzki, Head of Sales INVESCO Asset Management, sprach über die Entwicklung in den Schwellenländern und zeigte dabei die Rolle Indiens auf, das interessante Perspektiven und sehr gute Chancen hat, das neue China zu werden.

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.“



makler.ergo.de

Wechsel im Vorstand der ERGO Beratung und Vertrieb



Harald Christ

(ac) Harald Christ, Vorsitzender der ERGO Beratung und Vertrieb AG (EBV) und Mitglied des Vorstands der ERGO Deutschland AG, scheidet zum 31.12.2017 aus dem Unternehmen aus. Olaf Bläser, Mitglied des Vorstands der ERGO Beratung und Vertrieb AG, übernimmt den Vorsitz des Vorstandes. Er folgt Harald Christ auch in den Vorstand der ERGO Deutschland AG.

Nach Angaben des Unternehmens will Harald Christ künftig wieder stärker unternehmerisch und politisch tätig werden. Gleichzeitig bleibt er Mitglied des Aufsichtsrats der Europäischen Reiseversicherung (ERV). Nach seinem Ausscheiden als Vorstand wechselt er auch in den Aufsichtsrat der EBV. Seine Position als Vorsitzender der ERGO Stiftung wird er beibehalten.



Olaf Bläser

Helvetia Deutschland richtet Vertrieb und Marketing neu aus



Jürgen Horstmann

(ac) Ab 01.01.2018 wird Jürgen Horstmann Vertriebs- und Marketingchef aller deutschen Helvetia-Gesellschaften. Die EU-Richtlinie IDD sowie die Digitalisierung der Branche machen eine strategische Neuausrichtung von Vertrieb und Marketing erforderlich, so das Unternehmen. Aus diesem Grund werden die bisherigen Vertriebsbereiche Sach/Komposit und Leben unter der Leitung von Horstmann zusammengelegt. Im Zuge der strategischen Neuausrichtung hat Werner Bauer, der zuvor Vertrieb und Marketing für den Bereich Sach/Komposit verantwortete, das Unternehmen verlassen.

Jürgen Horstmann arbeitet seit mehr als 30 Jahren in der Versicherungsbranche. Seit 2002 bekleidet Horstmann verschiedene Führungspositionen bei der Helvetia Deutschland und verantwortet als Vorstandsmitglied das Lebensversicherungsgeschäft. Der Diplom-Mathematiker ist bei der Helvetia Leben AG für die Bereiche Mathematik einschließlich betriebliche Altersversorgung, Produktentwicklung, Bilanz und Vertrieb zuständig.

Jürgen Horstmann arbeitet seit mehr als 30 Jahren in der Versicherungsbranche. Seit 2002 bekleidet Horstmann verschiedene Führungspositionen bei der Helvetia Deutschland und verantwortet als Vorstandsmitglied das Lebensversicherungsgeschäft. Der Diplom-Mathematiker ist bei der Helvetia Leben AG für die Bereiche Mathematik einschließlich betriebliche Altersversorgung, Produktentwicklung, Bilanz und Vertrieb zuständig.

Ecclesia Gruppe verstärkt Geschäftsführung

(ac) Ab dem 01.12.2017 übernimmt Gerhard Kulbarsch die Geschäftsführung für das Industriegeschäft der Ecclesia Gruppe in Süddeutschland. Der 52-Jährige verstärkt die Ecclesia Gruppe als neuer Geschäftsführer der Gruppenunternehmen der Deutsche Assekuranz-Makler GmbH und J. L. Orth Assekuranzmakler GmbH. Zuvor hatte Kulbarsch verschiedene Managementfunktionen bei führenden Industriemaklern inne und verfügt über langjährige Führungserfahrungen sowie nationales und internationales Know-how.

In den vergangenen zwei Jahren widmete sich Kulbarsch dem Aufbau eines Unternehmens für innovative digitale Mitarbeiterbenefits. Der 52-Jährige bringt daher auch operative Erfahrungen in digitalen Geschäftsmodellen für Industrie und Mittelstand mit, wie die Ecclesia Gruppe unterstreicht.

ADAC Versicherungen mit neuem Vertriebsvorstand



Stefan Daehne

(ac) Seit 01.11.2017 ist Stefan Daehne Mitglied des Vorstandes der ADAC-Schutzbrief Versicherungs-AG und der ADAC-Rechtschutz Versicherungs-AG.

In beiden Unternehmen der ADAC SE verantwortet der Diplom-Betriebswirt künftig die Bereiche Vertrieb und Marketing sowie Produkte. Der gebürtige Nürnberger verstärkt das Vorstandsteam um die Vorsitzende Marion Ebentheuer sowie James Wallner und Heinz-Peter Welter.

Stefan Daehne war zuletzt Bereichsleiter Internetagentur der ERGO Versicherungsgruppe, Düsseldorf, sowie Bereichsleiter Online Sales der ERGO Direkt Versicherungen, Nürnberg. Insgesamt kann er auf über 20-jährige Erfahrung in der Versicherungsbranche zurückgreifen; so war er auch für Quelle Versicherungen tätig.

zeitsprung mit weiterem Geschäftsführer



Matthias Jacobi

(ac) Seit 01.10.2017 ist Matthias Jacobi neuer Geschäftsführer bei der zeitsprung GmbH & Co. KG. Als neues Mitglied der Führungsebene ist Jacobi für die Unternehmensstrategie, die Entwicklung von Produktkonzepten sowie deren Vermarktung und Vertrieb bei Versicherungsmaklern und Versicherungsgesellschaften mitverantwortlich. Darüber hinaus übernimmt er die Öffentlichkeitsarbeit für das Unternehmen.

In der Vergangenheit zeichnete Matthias Jacobi unter anderem als Mitglied der Geschäftsleitung bei der Swiss Life AG Niederlassung Deutschland für das Ressort Vertrieb und Marketing verantwortlich. Als Vorstand der Prof IT Konzept Digital Solutions AG begleitet er seit fast drei Jahren IT- und Prozesslösungsprojekte für Versicherer und Vertriebsgesellschaften. Darüber hinaus ist Jacobi Berater für InsurTechs bei der Entwicklung von Dienstleistungen und Zielgruppenkonzepten sowie deren Vermarktung. Zudem ist er als Mitgeschäftsführer für das InsurTech Virado tätig.

Amundi Deutschland beruft neuen Chief Investment Officer



Thomas Kruse

(ac) Amundi Deutschland hat seinen Managementstab finalisiert. Wie das Unternehmen mitteilte, ist Thomas Kruse seit 01.11.2017 Chief Investment Officer und

Geschäftsführer von Amundi in Deutschland. Als Fondsmanager leitet Kruse zudem den Pioneer Funds – Global Multi-Asset Target Income am Investmentstandort München. Zuvor verantwortete er den Bereich Risk Overlay and Income Strategies. Kruse ist seit 1995 in der Investmentbranche. Bevor Kruse im Januar 2000 zu Amundi kam, war er zuletzt Fondsmanager bei der Bayerischen Landesbank in München. Der Betriebswirt hat einen Abschluss in Wirtschaftswissenschaften der Christian-Albrechts-Universität in Kiel.

Anzeige



Weil die Familie an erster Stelle steht.

Die XXL-Unfallversicherung der InterRisk. Das Original.

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

Informieren Sie sich jetzt! 

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



InterRisk 
VIENNA INSURANCE GROUP

Vontobel verstärkt Vertriebsmannschaft



Selcuk Acar

(ac) Vontobel Asset Management meldet einen Neuzugang: Mit Selcuk Acar ist ein langjähriger Asset-Management-Experte neuer Senior Institutional Relationship Manager

bei Vontobel. Wie das Unternehmen mitteilt, wird sich Acar vor allem auf den Vertrieb von Multi-Asset-Class-Anlagelösungen konzentrieren.

Selcuk Acar bringt über zehn Jahre Erfahrung in der Betreuung institutioneller Kunden mit. Vor seinem Wechsel zu Vontobel verantwortete er bei Standard Life Investments in Frankfurt die Geschäftsentwicklung in Deutschland und Europa. Zuvor war Acar bei AXA Investment Managers ebenfalls in Frankfurt tätig.

blau direkt beruft dritten Geschäftsführer



Marcel Canales

(ac) Zum Jahreswechsel wird Marcel Canales dritter Geschäftsführer des Maklerpools blau direkt. Die bisherige Geschäftsführung besteht aus Lars Drückhammer, der

vor allem für den Einkauf tätig ist, und Oliver Pradetto, dessen Schwerpunkt im Marketing und Key Account liegt. Der Aufgabenschwerpunkt von Marcel Canales soll im Bereich Datenmanagement und Prozesse liegen.

Der 33-jährige Canales ist seit 2006 Mitarbeiter von blau direkt. Nach einer Ausbildung zum IT-Systemkaufmann übernahm Canales Aufbau und Führung der Maklerbetreuung. Später wurde er in leitender Funktion mit der Optimierung interner Arbeitsprozesse betraut.

MDT: Geschäftsführerin legt Amt nieder



Kristina Düring

(ac) Kristina Düring legt zum 31.12.2017 ihr Amt als Geschäftsführerin der MDT travel underwriting GmbH nieder. Stefan Winiarski wird ab 01.01.2018 alleiniger Geschäftsführer. Bereits seit März 2017 hat Winiarski den Posten als Geschäftsführer der Bereiche Vertrieb und Marketing inne. Düring wird ab 01.01.2018 weiterhin für MDT als Bereichsleiterin touristische Versi-

cherungen tätig sein und damit verantwortlich für den Produkt- und Underwritingbereich. In zukünftiger Funktion soll Kristina Düring sich auf die Entwicklung und die Umsetzung von wettbewerbsfähigen Produkten und die Koordination der Zusammenarbeit mit den Risikoträgern aus der Versicherungswirtschaft konzentrieren.

Über das Unternehmen

Die MDT travel underwriting GmbH ist ein Spezial-Mehrfachagent und Assekuradeur für touristische Unternehmen aller Art und Größe und unterstützt diese durch effektives Risikomanagement. MDT analysiert, entwickelt und realisiert ganzheitliche (Ver-)Sicherungskonzepte und Reiseversicherungen ausschließlich „aus der Touristik für die Touristik“.



Stefan Winiarski

Assenagon hat einen neuen Vertriebschef



Hubert Dänner

(ac) Der unabhängige Asset-Manager Assenagon hat Hubert Dänner zum neuen Head of Sales ernannt. Der gelernte Bankkaufmann und Betriebswirt ist seit dem 13.11.2017 für die gesamten Vertriebsaktivitäten verantwortlich und berichtet an Hans Günther Bonk. Zuvor war Dänner bei Amundi Niederlassungsleiter für Deutschland und Österreich, außerdem an der Crédit Agricole-

CIB in Frankfurt. Hier hatte der 51-Jährige zwischen 2002 und 2006 als Head of Corporate Sales Capital Markets die Bereiche Fixed Income, Commodities und Money Market in Deutschland und Österreich inne. Seine Karriere begann Dänner bei der DZ Bank in Frankfurt, wo er von 1991 bis 2002 tätig war, zuletzt als Head of Treasury Sales – Capital Markets.

HTB beruft Geschäftsführer für Risikomanagement



Christian Averbeck

(ac) Die HTB Hanseatische Fondshaus GmbH hat Christian Averbeck zum Geschäftsführer Risikomanagement bestellt. Zudem verantwortet er zukünftig den Finanzbereich der HTB-Gruppe. Vor seinem Engagement bei der HTB verantwortete Averbeck als Vorstand den Bereich Finanzen und Verwaltung bei der ÖKORENTA AG. Er war darüber hinaus seit 2012 in leitenden Positionen als Geschäftsführer verschiedener Beteiligungsgesellschaften und einer registrierten Kapitalverwaltungsgesellschaft in der ÖKORENTA-Gruppe tätig.

.....

Marsh ernannt neuen CEO für Kontinentaleuropa



Siegmund Fahrigh

(ac) Der Industrieversicherungs-makler und Risikoberater Marsh hat mit Siegmund Fahrigh einen neuen CEO für Kontinentaleuropa. Fahrigh folgt in dieser Funktion

auf Flavio Piccolomini, der vor Kurzem zum CEO der International Division von Marsh ernannt wurde. Siegmund Fahrigh war bisher CEO und Vorsitzender der Geschäftsführung von Marsh Deutschland sowie CEO von Mittel- und Osteuropa sowie GUS. In seiner neuen Position bleibt er weiter CEO von Marsh Deutschland mit Sitz in Düsseldorf und berichtet an Flavio Piccolomini.

Oliver Dobner, Geschäftsführer und Chief Commercial Officer, wurde in diesem Zusammenhang zum Generalbevollmächtigten der Marsh GmbH ernannt. Er soll als Stellvertreter von Siegmund Fahrigh in der deutschen Geschäftsführung agieren.

Personalien aus dem Hause xbAV und xbAV Beratungssoftware



Boris Haggemüller

(ac) Seinen neuen Finanzvorstand hat sich die xbAV AG, der Technologieanbieter für die Digitalisierung der betrieblichen Altersversorgung, von Goldman Sachs in London geholt: Zum 01.11.2017 hat Malte Dummel als Vorstand bei xbAV die Verantwortung für die Ressorts Finanzen, Personal und Legal inne. Seit 2009 war Dummel bei Goldman Sachs beschäftigt und hatte dort als Executive

Director deutsche und europäische Großunternehmen zu Pensions- und Unternehmensfinanzfragen beraten.

xbAV Beratungssoftware mit neuem Geschäftsführer

Bereits seit September 2017 verantwortet Boris Haggemüller als Geschäftsführer das operative Geschäft der xbAV Beratungssoftware GmbH. Zuvor war er verantwortlicher Prokurist des Tochterunternehmens der xbAV AG. Zu den beruflichen Stationen Haggemüllers zählen die ERGO und der Deutsche Herold, jetzige Zurich Gruppe.



Malte Dummel

Geschäftsführer für neu gegründete Exporo Investment gefunden



Dr. Knut Riesmeier

(ac) Die Exporo Investment GmbH hat Dr. Knut Riesmeier als neuen Geschäftsführer bestellt. Das neu gegründete Unternehmen ist unter dem Dach der Exporo AG für die Vermittlung des regulierten Finanzierungsgeschäftes zuständig. Riesmeier hat es sich zum Ziel gesetzt, die Anpassung digitaler Immobilieninvestments an den voll regulierten Markt voranzutreiben. So würden die

Vorteile des Crowdinvestings auf die Anleihe übertragen und auch größervolumige Projekte angeboten, die der Prospektpflicht unterlägen.

Dr. Knut Riesmeier wird in seiner neuen Position auch als Ansprechpartner für institutionelle Anleger fungieren. Dr. Riesmeier ist Aufsichtsrat und Beirat in verschiedenen deutschen Immobilienunternehmen und -organisationen. Darüber hinaus war Riesmeier langjähriger Geschäftsführer der MEAG Munich ERGO Asset Management, Vermögensverwalter von Munich Re sowie der MEAG Kapitalanlagegesellschaft in München.

Zürich: Unternehmensgeschäft Deutschland mit Interimschef



Robert Gremli

(ac) Mit Robert Gremli leitet der bisherige Chief Risk Engineering Officer der Zurich Insurance Company in Zürich ad interim das Zurich-Unternehmensgeschäft in Deutsch-

land. Dies hat das Unternehmen vor Kurzem mitgeteilt. Dem 56-Jährigen wurde zum 01.11.2017 kommissarisch der Verantwortungsbereich von Christoph Willi übertragen, dem Vorstand Commercial Insurance Deutschland. Gremli übernimmt die Aufgaben von Willi, bis dessen Nachfolge abschließend geregelt ist. Willi hatte sich dazu entschieden, seinen Ende 2017 auslaufenden Vertrag nicht zu verlängern, und wird dem Unternehmen bis Ende des Jahres beratend zur Seite stehen.

Robert Gremli berichtet in seiner Funktion an James Shea, CEO Commercial Insurance der Zurich Insurance Group, sowie an Marcus Nagel, CEO Germany. Der studierte Betriebsökonom Robert Gremli ist seit dem Jahr 1988 beim Zurich Konzern und hatte seither verschiedene verantwortungsvolle Positionen bei Zurich inne.

Wechsel an der Talanx-Spitze



Herbert K. Haas

(ac) Führungswechsel bei der Talanx: Wie der Konzern mitteilt, wird der derzeitige Aufsichtsratsvorsitzende, Wolf-Dieter Baumgartl, nach zwölf Jahren in dieser Funktion künftig nicht mehr für dieses Amt zur Verfügung stehen. Der derzeitige Vorstandsvorsitzende, Herbert K. Haas, wird sich auf Wunsch des Mehrheitsaktionärs HDI V.a.G. auf der nächsten Hauptversammlung am 08.05.2018 zur Wahl in den Aufsichtsrat stellen und im Falle einer Wahl für den Vorsitz im Aufsichtsrat kandidieren. Als neuer Vorstandsvorsitzender der Talanx AG wird Torsten Leue auf Herbert K. Haas folgen. Haas ist seit Juli 2006 Vorstandsvorsitzender der Talanx AG. In seiner Amtszeit als CEO hat die Talanx-Gruppe Gerling integriert und ist an die Börse gegangen.

Torsten Leue gehört seit 2010 dem Vorstand der Talanx AG an und verantwortet bislang das internationale Geschäft mit Privat- und Firmenkunden. Er ist zugleich Vorstandsvorsitzender der Talanx International AG. Diesen Posten bekleidet künftig Sven Fokkema, der seit 2012 Vorstandsmitglied in der Talanx International AG ist und verantwortlich für die Tochterunternehmen in Europa, Russland und der Türkei.



Torsten Leue

Berenberg holt Lars Albert von Barings



Lars Albert

(ac) Die Hamburger Privatbank Berenberg hat Lars Albert als Leiter Sales Asset Management verpflichtet. Albert ist zum 01.11.2017 von Barings zu Berenberg gewechselt und soll von der Frankfurter Niederlassung aus den Vertrieb ausbauen und die Berenberg-Produkte im Fondsmarkt etablieren. Nach Angaben der Privatbank soll der Fokus auf der DACH-Region liegen, eine spätere Erweiterung sei aber nicht ausgeschlossen. Albert war zuletzt Leiter Sales Germany and Austria bei Baring Asset Management, zuvor hatte er diese Funktion bei Henderson Global Investors, SEB sowie bei Frankfurt Trust inne.

ALLCURA-Gründungsvorstand geht neue Wege



Christian Burger

(ac) Der Gründungsvorstand der ALLCURA Versicherungs-AG, Christian Burger, zuständig für die Bereiche Finanzen und Schaden, hat das Unternehmen verlassen. Der

Rechtsanwalt ist nun im Beratungsbereich tätig und Geschäftsführer der neuen Beratungsgesellschaft BBCO Consulting GmbH.

Die Firma will Lösungen für Versicherer bieten mit dem Fokus auf den Bereichen Gründungsberatung, Interimsmanagement sowie Entwicklung und Implementierung schlanker, pragmatischer und praxistauglicher Prozesse. Im Mittelpunkt steht dabei die Organisation von operativen Prozessen und Tätigkeiten.

Veränderungen im Vorstand der IMMOVATION AG



Lilia Nacke

(ac) Lilia Nacke verlässt die IMMOVATION-Unternehmensgruppe und scheidet aus dem Vorstand der IMMOVATION AG sowie aus dem Vorstand des Tochterunternehmens Immokles AG aus. Seit 2012 hatte die 34-Jährige die IMMOVATION AG gemeinsam mit Unternehmensgründer und Finanzvorstand

Lars Bergmann geleitet. Künftig wird Bergmann alleiniger Vorstand sein. Bei der Unternehmensführung unterstützen ihn Manuela Schreiber und Sascha Engelman als Gesamtprokuristen. Beide sind bereits seit mehreren Jahren für die Unternehmensgruppe tätig.



Lars Bergmann

Anzeige

compact: ohne Gesundheitsfragen
comfort: keine Anrechnung der Mitwirkung

UNFALL


ALTE LEIPZIGER
ZUKUNFT BEGINNT HEUTE.



NEU und wie für Sie gemalt: Die passende Unfallversicherung für Ihre Kunden!

Mit den Varianten compact, classic oder comfort und den verschiedenen Invaliditäts- und Rentenmodellen finden Sie den idealen Schutz.

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



Autor: M. Kisters-Kölkes, R. Linden, Dr. H. Meissner
Verlag: Wolters Kluwer
Umfang: 244 Seiten
Preis: 19,80 Euro
ISBN: 978-3-89699-508-7

Leitfaden bAV: Betriebsrentenstärkungsgesetz (BRSg)

Ein Kurzkomentar

Zum 01.01.2018 tritt das Betriebsrentenstärkungsgesetz (BRSg) in Kraft, das die betriebliche Altersversorgung (bAV) vor allem auch in kleinen und mittleren Unternehmen weiter verbreiten soll. Eine neue bAV-Welt eröffnet sich mit dem neuen Sozialpartnermodell, das eine reine Beitragszusatz-ermöglicht und einhergeht mit steuer-, aufsichts- und sozialversicherungsrechtlichen Regelungen. Das Reformgesetz hat aber auch Auswirkungen auf die alte bAV. In einem Leitfaden verdeutlichen Margret Kisters-Kölkes, Ralf Linden und Dr. Henriette Meissner die Zusammenhänge des BRSg für Anwender in der Praxis wie Personaler, Betriebsräte, Verhandlungsführer der Sozialpartner, Berater, Asset-Manager etc. In der nun erschienenen zweiten Auflage gehen die drei bAV-Experten auf alle relevanten Änderungen des BRSg ein. Der Band beleuchtet das Reformgesetz aus unterschiedlichen Perspektiven, die Themen reichen vom Versicherungsaufsichts- und Sozialversicherungsrecht über steuerrechtliche Inhalte und Insolvenzversicherung bis hin zur Anpassung aus Überschüssen.



Autor: R. Peverelli, R. de Feniks, W. Capellmann
Verlag: FinanzBuch Verlag
Umfang: 256 Seiten
Preis: 29,99 Euro
ISBN: 978-3-95972-093-9

Reinventing Customer Engagement – Kundenbeziehungen neu erfinden

Wie Banken und Versicherungen die digitale Transformation meistern – Mit mehr als 200 Best-Practice-Beispielen

Der digitale Wandel stellt gerade auch Banken und Versicherungen neben einem veränderten Kundenverhalten vor neue Herausforderungen. Es gilt, das Kundenengagement neu auszurichten, um höhere Mehrwerte für Kunden und Finanzinstitute zu schaffen. In ihrem neuen Buch erläutern die Autoren Roger Peverelli, Reggy de Feniks und Walter Capellmann, wie Finanzinstitute neue Technologien einsetzen können, um nicht nur ihre Kosten zu senken, sondern zugleich das Kundenengagement zu verbessern. Hierzu zeigen die Fachleute im Bereich des (digitalen) strategischen Kundenmanagements Strategien auf, die am besten zum neuen Kundenverhalten passen. Mit der Digitalisierung haben Banken und Versicherer die Riesenchance, ihren Kunden wieder näherzukommen, heißt es im Vorwort. Zudem gehen die Autoren darauf ein, wie Finanzinstitute diese Strategien nutzen können, um neue Umsatzströme zu generieren.



Autor: S. Jauernig, G. Heisenberg, M. Selbst, S. Wiegand
Verlag: Verlag Versicherungswirtschaft
Umfang: 132 Seiten
Preis: 39,00 Euro
ISBN: 978-3-89952-964-7

Social Media im Versicherungswesen

Die sozialen Medien bieten auch im Versicherungswesen vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Wie sich die Instrumente erfolgreich in der Versicherungsvermittlung einsetzen lassen, zeigt das neue Buch „Social Media im Versicherungswesen“. Neben Grundlagen und einem Überblick der Anwendungsformen bietet der Band praktische Fallbeispiele von Social-Media-Anwendungen aus der Versicherungsvermittlung. Überdies schildern die Autoren Stefan Jauernig, Gernot Heisenberg, Maren Selbst und Silke Wiegand Anwendungsszenarien von Versicherungsgesellschaften aus dem In- und Ausland. Die Bandbreite reicht von den sozialen Medien Snapchat, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, XING, Pinterest bis hin zu Blogs und Social-Media-Newsrooms. Die Autoren erläutern, wie sich Social-Media-Kampagnen planen und durchführen lassen, und gehen dabei auch auf den Einsatz von externen Agenturen und Dienstleistern ein. Außerdem verdeutlicht das Buch, welche Bedeutung dem Monitoring bei Social Media zukommt und welche Kriterien bei der Beauftragung einer Agentur für das Monitoring ausschlaggebend sind.

Viele Arbeitnehmer haben Angst vor finanziellen Einbußen im Alter.

RELAX

bAVRENTE

Mit der Relax bAVRente von AXA bieten Sie Ihren Kunden einen gesicherten Ruhestand.



Viele Menschen haben Angst, im Ruhestand finanziell nicht ausreichend abgesichert zu sein. Hinzu kommt das steigende Renteneintrittsalter. Positionieren Sie sich mit der betrieblichen Altersversorgung von AXA in der Beratung von Arbeitgebern und Arbeitnehmern. Erstklassige und leistungsstarke Produktlösungen, wie z. B. die „Relax bAVRente“, bieten Arbeitnehmern einen finanziell gesicherten Ruhestand. Arbeitgeber erhalten ein attraktives Instrument für ein sicheres Personalmanagement.



Weitere Informationen zur betrieblichen Altersvorsorge finden Sie unter www.AXA-Makler.de



Legg Mason: Grüne Kapitalanlage bei deutschen Privatanlegern wenig verbreitet

(ac) Umwelt, Soziales und nachhaltige Unternehmensführung sind nur für eine Minderheit der Deutschen wesentliche Anlageziele. Gerade einmal 14% nannten im aktuellen „Global Investment Pulse Survey“, der im Auftrag von Legg Mason durchgeführt wurde, die Berücksichtigung von ESG-Aspekten als wichtiges Anlageziel. (ESG Environment, Social, Governance).

Internationaler Trend

International sind die Deutschen mit dieser Einstellung nicht allein: Vielmehr repräsentieren sie mit dem Ergebnis von 14% genau den Durchschnitt der in sieben Ländern befragten Anleger. Die Umfrage zeigt zudem, dass politische Themen und die aktuelle Lage an den Kapitalmärkten die Anleger gerade hierzulande durchaus nicht kalt lassen.

40% machen sich Sorgen um die weltpolitische Stabilität, 39% nannten konkret die Politik der Trump-Administration als Sorgenfaktor. Ein weiteres Problem sind für die deutschen Anleger die niedrigen Zinsen, die von 44% beklagt werden.

Wohnungspreise kaum ein kritisches Thema

Ein Thema, das im Wahlkampf immer wieder adressiert wurde, spielt für die befragten Anleger eine eher geringe Rolle: Der Immobilienboom und die Knappheit an bezahlbarem Wohnraum in den Ballungszentren. Nur 17% sagten, die steigenden Haus- und Wohnungspreise seien für sie ein kritisches Thema. Hierbei könnte Legg Mason zufolge eine Rolle spielen, dass Deutschland mit einer Wohneigentumsquote von 46% in der EU nach wie vor das Schlusslicht ist.

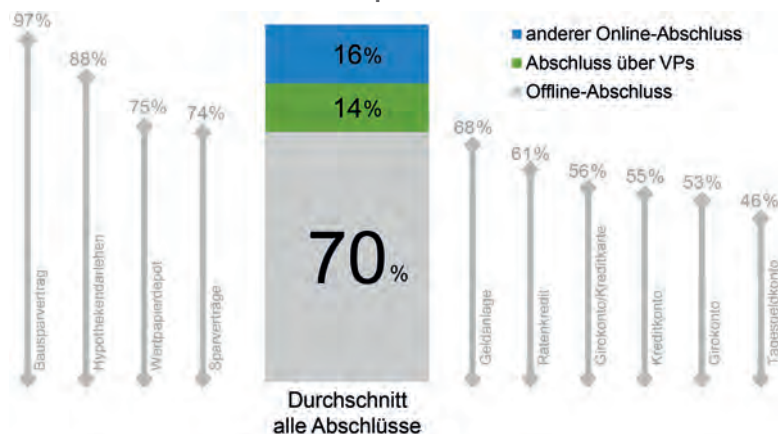
CHECK24: Über 70% der Deutschen nutzen Vergleichsportale

(ac) Über 70% der Deutschen nutzen Vergleichsportale, so eine Studie der WIK-Consult, einer Tochter des Wissenschaftlichen Instituts für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) im Auftrag von CHECK24. Demnach nutzen 40% der Verbraucher mehr als ein Vergleichsportal, um sich zu informieren bzw. Verträge abzuschließen. 87% der befragten Nutzer kennen das Geschäftsmodell und gehen davon aus, dass Vergleichsportale Provisionen erhalten und/oder mit Werbung Geld verdienen. Lediglich 3% glauben, dass Vergleichsportale gemeinnützig arbeiten.

Vergleichsportale ein Vertriebsweg unter vielen

Das Ranking der Vergleichsergebnisse nehmen die Verbraucher der Studie zufolge selbst in die Hand: 81% der Nutzer verlassen sich nicht auf die automatische Sortierung, sondern passen die Rangfolge individuell (69%) und/oder über Filtermöglichkeiten (50%) ihren Bedürfnissen an. In den Bereichen Strom, Gas, Breitband-Internet und Kfz-Haftpflicht haben Verbraucher 2016 insgesamt über 1,3 Mrd. Euro eingespart. Was Schaden- und Unfallversicherungen und die Stromversorgung angeht, sind

70% aller Abschlüsse bei Bankprodukten offline



Quelle: Eigene Schätzung auf Basis von Google, GfK und Postbank, 2017. Customer Journey Banking – RÖPO-Studie für Bankprodukte in Deutschland. VPs=Vergleichsportale.

Vergleichsportale der Studie zufolge allerdings nur ein Vertriebskanal unter vielen: So wurden im Jahr 2016 46,3% über Einfirmenvermittler abgeschlossen, 27,2% über Makler und nur 13,9% über Direktvertriebe inklusive Vergleichsportale. Bei Bankprodukten werden ebenfalls nur 14% über Vergleichsportale abgeschlossen, 70% der Abschlüsse erfolgen hier offline direkt vor Ort.



ARAG. Auf ins Leben.

ARAG Zahn-Zusatzversicherung

Keine Wartezeit für Ihr Neugeschäft!

Sofortiger Schutz: Mit unseren neuen Tarifen sind Ihre Kunden optimal abgesichert – vom ersten Tag an. Denn die sonst üblichen Wartezeiten entfallen. Und das zahlt sich auch für Sie aus!

- ✓ Dent70: Perfekt für den Start
- ✓ Dent90: Jederzeit attraktiv versorgt
- ✓ Dent90+: Top-Schutz für Anspruchsvolle
- ✓ Dent100: Das exklusive Rundum-Paket

Mehr Infos auf www.ARAG-partnervertrieb.de/dent



*Top-Tarife
auch für
Kinder!*

AssCompact TRENDS IV/2017: Positive Vertriebsstimmung bei den unabhängigen Vermittlern

(ac) Die deutschen Versicherungsmakler werden optimistischer, das zeigt der Vertriebs-tacho der AssCompact TRENDS IV/2017. Die Studie gibt wie gewohnt Auskunft über Produkt- und Geschäftstrends sowie Anbieter-Favoriten. Das Sonderthema widmet sich Fragen rund um Gütesiegel für Produkte und Unternehmen.

Produktanbieter im Finanz- und Versicherungsmarkt verwenden Gütesiegel seit vielen Jahren, um die Qualität des Unternehmens und der Produkte von einer dritten Institution bestätigen zu lassen. Vermittlern und Kunden wiederum bieten sie Orientierung, denn Finanz- und Versicherungsprodukte sind komplex und führen bei Profis wie Laien zu Unsicherheiten. Ohne Bewertung durch Dritte müssten Informationen selbst beschafft (Screening) oder Informationen aktiv übermittelt (Signaling). Da die eigene Recherche und Analyse jedoch meist wesentlich aufwendiger ist, werden aus Gründen der Effizienz gerne externe Informationen verwendet. Aus diesem Grund sind Gütesiegel ein bewährtes Marketinginstrument, um Informationsasymmetrien abzubauen und dem Kunden sowie dem Vermittler Vertrauen und Sicherheit zu signalisieren. Welche Gütesiegel aus Maklersicht bekannt sind und wie Vermittler die Gütesiegel bewerten, hat die aktuelle Studie „AssCompact TRENDS IV/2017“ in einem Sonderteil ermittelt.

Gütesiegel – Unterteilung in vier Kategorien

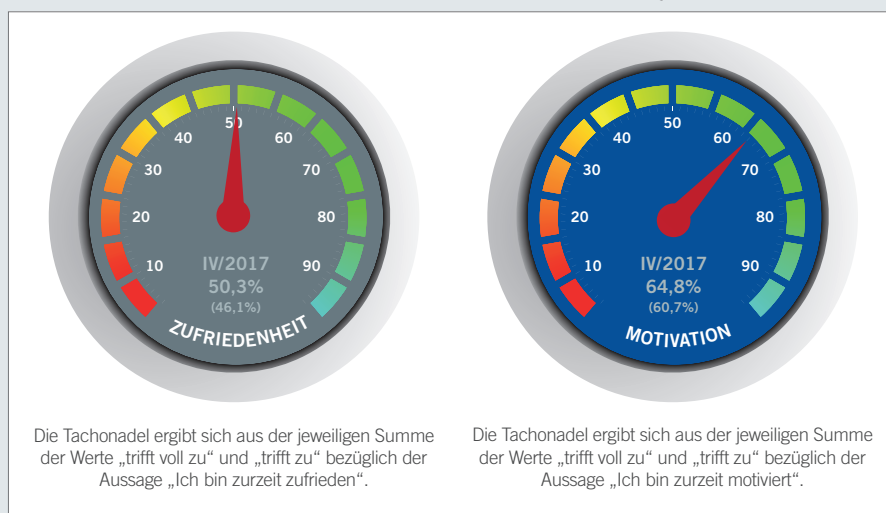
Um die Vielzahl an Gütesiegeln im Finanz- und Versicherungsmarkt zu bündeln, wurden für die Befragung vier Kategorien erstellt. Die erste Siegel-Kategorie umfasst Unternehmensra-

Dr. Christian Durchholz,
Leiter Studien der bbg
Betriebsberatungs GmbH

„Das Thema Gütesiegel wurde in der vergangenen Zeit immer häufiger vonseiten der Makler und der Versicherer an uns herangetragen. Umso wichtiger war es, hierzu ein Meinungsbild aus Vermittlersicht zu erarbeiten. Die Ergebnisse zeigen pro Kategorie eine große Spannweite zwischen den Siegelanbietern auf, wodurch sehr gute Rückschlüsse möglich sind. Wir von AssCompact nehmen die Hinweise und Kritikpunkte sehr ernst, um die AssCompact Studien im Sinne der Transparenz und Objektivität stets weiterzuentwickeln.“

tings auf Basis von institutionellen Expertenanalysen, bei denen Geschäftsberichte, Risikomanagement, Finanzstärke, Stabilität und ähnliche Kennzahlen herangezogen werden. Die zweite Kategorie beinhaltet wiederum institutionelle Expertenanalysen, allerdings solche, die Produkte bzw. Serviceprozesse bewerten – sogenannte Produktratings. Das sind beispielsweise Tarifanalysen und Leistungsübersichten sowie Bewertungen von Kostenquoten, Erfolgsquoten oder auch von Transparenz. Die dritte Siegel-Kategorie rückt die Meinung der Vermittler in den Vordergrund. Dabei bewerten Vermittler Produkte und Services etwa anhand verschiedener Kriterien wie Qualität der Zusammenarbeit, Bekanntheit, Image, Vertriebsunterstützung oder Tarifpolitik. Diese kann man unter Produkt-/Servicerankings subsummieren. Die vierte Siegel-Kategorie umfasst die Meinungen der Endkunden.

Zufriedenheit und Motivation der Vermittler im vierten Quartal 2017



Bewertung der Gütesiegel

Anhand der Studie lässt sich zunächst feststellen, dass die Gütesiegel der Kategorien 1 und 2 die höchste Bekanntheit haben: Siegel von Morgen & Morgen, Franke & Bornberg, Assekurata, Fitch, Focus Money und Stiftung Warentest führen die Ranglisten mit Bekanntheitswerten um die 80% an. Bei den Siegeln aus Vermittlersicht dominieren die AssCompact-Siegel und auf Endkundenebene Focus Money. Den größten qualitativen Zuspruch erhalten die Gütesiegel von Morgen & Morgen und Franke & Bornberg in der Kategorie der Produktratings. Knapp 43% sprechen den beiden Gütesiegeln objektive Prüfungskriterien zu, die den Vermittlern in der Kundenberatung helfen. Weiterhin geben 18% der Befragten an, Gütesiegel von Morgen & Morgen in der Kundenberatung einzusetzen. Bei Franke & Bornberg sind es immerhin 15%. Wesentlich kritischer werden aus Maklersicht die Gütesiegel eingestuft, die auf Kundenmeinungen basieren. Hier schreiben nur etwa 10% den Gütesiegeln objektive Prüfungskriterien zu. Zudem raten ca. 25% von einer Siegel-Verwendung durch Versicherungsvermittler ab. Bei den Gütesiegeln, die auf Basis von Vermittlermeinungen erstellt werden, genießt AssCompact die größte Bekanntheit. Auch hinsichtlich der Qualität werden sie besser als andere Rankings bewertet.

Im Allgemeinen sind jedoch 83% der unabhängigen Vermittler der Meinung, dass sehr viele Gütesiegel vergeben werden und somit die Beurteilung der Qualität eines Gütesiegels immer schwieriger wird. Zudem fordern 72% eine Verbesserung der Transparenz, um die Methodik und das Zustandekommen der Ergebnisse besser nachvollziehen zu können.

Zufriedener und motivierter

Doch nun zum Vertriebstacho (s. Abbildung links) der TRENDS-Umfrage: Im Vergleich zum Vorquartal hat sich die Vertriebsstimmung deutlich verbessert. Die Zufriedenheit innerhalb der Vertriebsstimmung der unabhängigen Vermittler steigt im vierten Quartal um 4,2 Prozentpunkte und steht nun bei 50,3%. Die Motivation zieht ebenfalls mit 4,1 Prozentpunkten an und kommt auf 64,8%.

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Für die letzte TRENDS-Ausgabe des Jahres konnten die befragten Makler zudem in 39 Produktlinien der Bereiche Altersvorsorge, Risikoversorge, privates und gewerbliches Schaden-/Unfallgeschäft sowie Kapitalanlage/Finanzierung ihre Favoriten unter den Produkthanbietern angeben. Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über ausgewählte Produktlinien (in Klammern die Platzierung des dritten Quartals):

Top-Anbieter aus Vermittlersicht

Berufsunfähigkeitsversicherung	
Platz 1	ALTE LEIPZIGER (1)
Platz 2	Swiss Life (2)
Platz 3	Continentale (4)
Erwerbsunfähigkeitsversicherung	
Platz 1	VOLKSWOHL BUND (1)
Platz 2	Stuttgarter (3)
Platz 3	Dialog (6)
Hausratversicherung	
Platz 1	Ammerländer (3)
Platz 2	Die Haftpflichtkasse (1)
Platz 3	VHV (2)
Betriebs-/Berufshaftpflichtversicherung	
Platz 1	VHV (2)
Platz 2	Allianz (4)
Platz 3	Rhion (3)
Technische Versicherung	
Platz 1	Allianz (1)
Platz 2	R+V (4)
Platz 3	AXA (5)

Die AssCompact Studie listet auch wieder die Top-Anbieter pro Produktlinie auf. Die Abbildung gibt einen Überblick über ausgewählte Produktlinien; die Platzierungen der Anbieter des vorherigen dritten Quartals sind in Klammern dargestellt.

Gute Aussichten für das Kompositgeschäft

Am besten läuft es für die Makler laut Studie aktuell im privaten Schaden-/Unfallgeschäft. Hier gab im Schnitt mehr als die Hälfte der Makler an, dass das vergangene Quartal gut oder sogar sehr gut lief. Auch perspektivisch sind die Makler überzeugt, dass das Geschäft eher noch besser laufen wird.

Über die Studie „AssCompact TRENDS IV/2017“

An der quartalsweise durchgeführten Umfrage beteiligten sich 396 Makler und Mehrfachagenten. Die Stichprobe ($\bar{X}$ -Alter = 53,2 Jahre; $\bar{X}$ -Berufserfahrung = 22,6 Jahre) liefert ein sehr gutes Abbild der Finanz- und Versicherungsvermittler hinsichtlich der Alters- und Geschlechtsstruktur am deutschen Versicherungsmarkt. Die Studie kann zum Einzelpreis von 1.150 Euro zzgl. 19% gesetzlicher MwSt. erworben werden. Ansprechpartner ist Florian Stasch (Tel.: 0921 7575838, E-Mail: stasch@bbg-gruppe.de). ■

Pensions-Sicherungs-Verein gibt Beitragssatz für 2017 bekannt

(ac) Der Pensions-Sicherungs-Verein (PSVaG) hat den Beitragssatz für das laufende Jahr auf 2,0% festgesetzt. Der Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit springt bei der Insolvenz des Arbeitgebers ein und zahlt die Betriebsrenten weiter. Laut PSVaG werde der Beitragssatz auf die von den Arbeitgebern bis 30.09.2017 gemeldete Beitragsbemessungsgrundlage bezogen. Dabei handle es sich im Wesentlichen um die abgesicherten Rückstellungen für Betriebsrenten in den Bilanzen der Mitgliedsunternehmen, die sich auf rund 339 Mrd. Euro summieren.

Mit dem neuen Beitragssatz von 2,0% müssen die Mitgliedsunternehmen in diesem Jahr folglich rund 678 Mio. Euro aufwenden. Im Vorjahr betrug der Beitragssatz 0,0%, noch im Juli 2017 hatte der PSVaG einen Beitragssatz von 2,8% in einem Rundschreiben angekündigt, entsprechend dem langjährigen Durchschnittswert. Wie der Verein nun mitteilt, habe sich der zu finanzierende Aufwand in den vergangenen Monaten aber günstiger entwickelt als erwartet, sodass nun ein deutlich niedrigerer Beitragssatz festgelegt werden konnte.

Betriebsrentengesetz schreibt Umlageverfahren vor

Rund 94.800 Unternehmen sind Mitglied im Pensions-Sicherungs-Verein. Rechtsgrundlage ist das Betriebsrentengesetz, das dem PSVaG ein Umlageverfahren zur Ausfinanzierung seiner Leistungen vorschreibt. Aus diesem Grund spiegelt sich die Schadenentwicklung eines Jahres im jeweiligen Beitragssatz wider.

vigo bietet grün-versichert-Tarife an

(ac) Unter der Marke grün versichert bietet die vigo Krankenversicherung nun modulare Krankenzusatzversicherungen und eine neue Auslandsreisekrankenversicherung mit Nachhaltigkeitsklausel an. Die grün versichert GmbH konzipiert zusammen mit ihren Partnern nachhaltige Versicherungslösungen. „Die vigo ist eine der wenigen eigenständigen Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit in der PKV-Branche und verfolgt überdies eine nachhaltige Unternehmensphilosophie. Neben der Glaubwürdigkeit spielte auch die Agilität, die Produktwelt und die Ausrichtung auf den unabhängigen Vertrieb eine wichtige Rolle“, erklärt Dr. Fabrice Gerdes, der Geschäftsführer von grün versichert.

Grüne Krankenzusatztarife

vigo garantiert für alle grün-versichert-Tarife nachhaltige Kapitalanlagen mindestens in Höhe der jährlichen Beitragseinnahmen. Die modulare Tarifierie grün versichert-VZ umfasst die einzeln abschließbaren Tarife KlinikArzt, Klinik1Bett, Klinik2Bett, Krankenhaustagegeld, ZahnErsatz und Zahn-Behandlung. Eine Ergänzung um den Zusatz Naturheilkunde/Sehhilfen/Reiseimpfung ist möglich.

Bei der neu entwickelten Auslandsreisekrankenversicherung (Tarif ARN, AuslandsReise.Nachhaltigkeit) sind umfangreiche Leistungen und im Versicherungsfall ein Bonus für emissionsarmes Reisen vorgesehen. Damit wird die Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel sowie die Buchung von nachhaltigen Unterkünften unterstützt.

vigo will sich mit grünen Tarifen Maklern öffnen

Bisher kennen Makler vigo vornehmlich aufgrund des „Düsseldorfer Pflegegeldes.“ „Durch unser neues Produktangebot in der Nische nachhaltiger Zusatzversicherungen wollen wir Vermittlern und Kunden nun weitere attraktive Optionen eröffnen“, erläutert Micha Hildebrandt, Vertriebsvorstand der vigo.

vigo hat vom Deutschen Institut für Nachhaltigkeit & Ökonomie im Oktober 2017 das Nachhaltigkeits-Prüfsiegel verliehen bekommen. Laut vigo wurde noch nie zuvor einem Versicherungsunternehmen diese Zertifizierung zuteil.



„grün versichert“: modulare Krankenzusatzversicherungen und eine Auslandsreisekrankenversicherung mit Nachhaltigkeitsklausel aus dem Haus der vigo

Sachgeschäft der Generali künftig unter Marke Dialog

(ac) Im Rahmen der Neustrukturierung der Generali Gruppe stärkt der Konzern die Rolle der Dialog: Bereits seit einiger Zeit ist die Dialog in der Sparte Leben im Retailbereich der ausschließliche Maklerversicherer in der deutschen Organisation. Künftig wird nun das Sachgeschäft in der neuen Dialog Versicherung angesiedelt. Damit verantwortet die Dialog das gesamte Maklergeschäft und ist neben Generali und CosmosDirekt eine der drei Marken im Konzern. Dies teilte die Dialog auf ihrer traditionell in Dortmund während der DKM stattfindenden Pressekonferenz mit. Michael Stille, Vorstandsvorsitzender der Dialog, bezeichnete die Konzentration aller Aktivitäten im Maklervertriebskanal auf die Dialog als „überzeugende Lösung für alle Marktbeteiligten“.

Erfolgreiches Neugeschäft und weiteres Bestandswachstum im Jahr 2016

2016 war das fünfte Rekordjahr in Folge für die Dialog: Wie der Versicherer bekannt gab, konnte er entgegen dem Negativtrend auf dem Markt das Neugeschäft weiter ausbauen. Obwohl die Bruttoprämien abgesenkt wurden, stiegen Stückzahl und

Versicherungssumme. Dank des guten Neugeschäfts verbuchte die Dialog ein Bestandswachstum: Die Stückzahl der Verträge erhöhte sich von 438.215 auf 461.543. Die Bruttobeitragseinnahmen stiegen um 4,6% auf 281,8 Mio, während der gesamte LV-Markt ein Minus von 1,7% aufweist.

Neuer Vorteilsrechner für das zu Jahresanfang eingeführte Generali Vitality-Programm

Seit Anfang 2017 bietet die Dialog Generali Vitality-Produkte: eine Risikolebensversicherung in Kombination mit Generali Vitality, seit Juni 2017 auch eine Berufsunfähigkeitsversicherung. Bei Generali Vitality handelt es sich um ein Gesundheitsprogramm, das das gesundheitsbewusste Verhalten von Versicherten fördert. Der Kunde wird für Sport oder bewusste Ernährung in Form eines Upfront-Discounts bei Eintritt der Mitgliedschaft, Prämienrabatten sowie vergünstigten Einkaufsmöglichkeiten etwa bei Sportartikeln belohnt. Für das Programm hat die Dialog einen Vitality-Vorteilsrechner entwickelt. Damit können Makler durch Eingabe gesundheitsbezogener Daten den Vitality-Status des Kunden feststellen und die Vorteile einer Mitgliedschaft ermitteln.

Anzeige

Burnout.

Immer selbstbestimmt. Egal, was kommt.

Der Swiss Life Berufsunfähigkeitsschutz sichert die Arbeitskraft Ihrer Kunden – für ein längeres, selbstbestimmtes Leben.

swisslife-arbeitskraftabsicherung.de



SwissLife

W&W bringt Digitalmarke „Adam Riese“ auf den Markt

(ac) Auf der DKM 2017 hat die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) ihre neue digitale Marke „Adam Riese“ präsentiert. Als erstes Produkt ist eine private Haftpflichtversicherung im Portfolio. Wie die W&W-Gruppe mitteilt, erfolgt der Vertrieb über die Internetseite von Adam Riese, einen ersten Maklerpool und das Vergleichsportal des Versicherungsmaklers Verivox GmbH. Weitere Maklerpools und Vergleichsplattformen sollen bis Jahresende hinzukommen, anschließend auch ausgewählte Kooperationspartner. Franz Bergmüller, Vorstand der Württembergischen, erklärt: „Mit Adam Riese dehnen wir unser Neugeschäftspotenzial auf neue Kundensegmente aus. Gleichzeitig erschließen wir zusätzliche Absatzwege. Die neue Marke ermöglicht uns, Produkte und Services deutlich besser als bisher auf die Zusammenarbeit mit Maklern auszurichten.“ Hierfür Sorge auch die schnelle digitale Anbindung auf Grundlage von BiPRO-Standards.

Fokus auf Kunden, die vergleichen wollen

Als Zielgruppe nennt W&W Kunden, die sich auf das Preis-Leistungs-Verhältnis eines Produkts konzentrieren und Anbieter entsprechend vergleichen wollen – selbst oder durch einen Makler. Unter dem Motto „Nur das, was zählt.“ will die neue Marke bedarfsgerechtes Versichern digital vereinfachen und setzt auf nachvollziehbare Produktgestaltung, integrierte Assistenz-Services, schnellen Online-Abschluss und einen voll digitalen Schadenprozess. Dr. Oliver Kuhnle, der Leiter des derzeit 16-köpfigen Teams von Adam Riese mit Sitz am W&W-Standort Stuttgart, betont: „Wir bieten standardisierte Produkte mit wählbaren Gestaltungsoptionen an, die dann ausschließlich nach versichertem Risiko und gewünschtem Leistungsumfang bepreist werden.“

Rechtsschutzversicherung ab Anfang 2018

Laut W&W gelte es nun, den Internetauftritt zu optimieren, weitere Funktionen zu ergänzen und die Produktpalette zu erweitern. Als nächstes Adam-Riese-Produkt soll eine Rechtsschutzversicherung folgen, die Anfang 2018 in den Verkauf gehen soll.



Der deutsche Rechenmeister Adam Ries(e) ist Namenspatre für die neue Digitalmarke der W&W-Gruppe.

WWK erweitert Anlagemöglichkeiten in der Altersvorsorge

(ac) Die WWK Lebensversicherung hat ihre Palette im Bereich der Altersvorsorge um den „WWK Basket Vermögensverwaltung protect“ ausgebaut. Der Basket investiert zu gleichen Teilen in die fünf vermögensverwaltenden Mischfonds Flossbach von Storch Multi Asset – Balanced, FMM-Fonds, M&G Dynamic Allocation, BGF Global Allocation und WWK Select Balance. Wie der Versicherer unterstreicht, zielt der vermögensverwaltende Investmentfonds auf die Erwirtschaftung einer möglichst positiven Rendite in jeder Marktlage ab. Durch aktives Management ist es möglich, die Portfolios jederzeit anzupassen. Gleichzeitig legen die Fondsmanager den Fokus darauf, Anlagerisiken zu minimieren und Verluste möglichst zu vermeiden.

In Kombination mit der Fondsrente WWK IntelliProtect bietet die neue Anlageidee hohe Renditechancen und zugleich eine vollständige Garantie aller eingezahlten Beiträge. Diese steht Kunden in allen drei Schichten und damit auch bei der Riester-Rente zur Verfügung.

Neuer Nachhaltigkeitsfonds

Der Lebensversicherer hat außerdem den global investierenden Fonds JPM Global Socially Responsible in sein Angebot aufgenommen. Der Nachhaltigkeitsfonds investiert in Aktien sozial verantwortungsvoller Unternehmen. Der Investmentansatz fokussiert die Themen soziale Verantwortung, Umweltfreundlichkeit und ethische Werte. Dabei werden Investments in den Bereichen Atomkraft, geächtete Waffen, Menschenrechtsverletzungen, Glücksspiel, Korruption und Pornografie ausgeschlossen. Der Investmentfonds ist bei den fondsgebundenen Rententariifen ohne Garantie wie auch bei der Produktgeneration WWK IntelliProtect mit Garantie verfügbar.

Continentale kooperiert mit Deutscher Unterstützungskasse

(ac) Die betriebliche Altersversorgung will die Continentale Lebensversicherung durch eine neue Kooperation mit der Deutschen Unterstützungskasse e.V. breiter aufstellen. Die Partnerschaft soll es Maklern erleichtern, bei der Rückdeckungsversicherung auf die Produkte der Continentale zuzugreifen. Gleichzeitig sollen sie von günstigen Konditionen für Kollektive profitieren.

Christian Willms, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Unterstützungskasse, sieht in der Kooperation mit der Continentale eine gute Ergänzung des Angebots. „Denn sie bietet eine vollständige Produktpalette an und sagt feste Garantien zu“, sagt er. Mit den Produkten der Continentale können neue Zusagen erteilt und bestehende erhöht werden. Der Kunde kann den Durchführungsweg wechseln oder Pensionszusagen auf eine Unterstützungskasse auslagern. „Um die Zusage zuverlässig ausfinanzieren zu können, sind klassische Garantien sehr wichtig“, so Willms weiter. Der Grund: Alte und neue Zusage müssen in Leistungshöhe und -umfang wertgleich sein.

Pangaea Life E-Drive versichert nun Elektro- und Hybridfahrzeuge

(ac) Mit Pangaea Life E-Drive startet die Versicherungsgruppe die Bayerische eine neue Kfz-Versicherung speziell für Elektro- und Hybridfahrzeuge. Das Angebot wurde von Pangaea Life entwickelt, dem neu gegründeten Tochterunternehmen der Bayerischen, das auf die Themen Umwelt und streng nachhaltige Kapitalanlagen spezialisiert ist.

Kostenübernahme für Pannenhilfe

Der Versicherungsschutz deckt Ladestation und Ladekabel ab, ebenso Kurzschlusschäden und Folgeschäden an der Verkabelung und dem Antriebsakkumulator. Die Police leistet auch, wenn das Fahrzeug bei der Beförderung durch beispielsweise einen Abschleppwagen beschädigt wird, und kommt auch für Tierbissfolgen am Antriebsakkumulator auf. Außerdem werden Miet- oder Leasingraten für den Akkumulator während der Reparatur in einer Werkstatt nach einem versicherten Schadenereignis erstattet. Des Weiteren übernimmt Pangaea Life E-Drive auch bei nicht vorsätzlich herbeigeführter Entladung des Antriebsakkumulators die Kosten für die Pannenhilfe.

Die E-Drive-Tarife umfassen auch eine Neuwertentschädigung für Radio und Navigationsgeräte. Auf einen Alterszuschlag während des begleiteten Fahrens verzichtet die Bayerische. Wer ein Fahrsicherheitstraining absolviert, bekommt einen Preisnachlass.



Ihr Partner im Mittelstand

Die Gesundheit zur Chefsache machen. Mit der neuen stationären Zusatz- versicherung.

Verbessern Sie den gesetzlichen Schutz Ihrer Kunden mit erstklassiger medizinischer Versorgung.

- Ein- oder Zweibettzimmer und freie Arztwahl.
- Vor- und nachstationäre Behandlungen sowie ambulante Operationen im Krankenhaus.
- Gemischte Anstalten ohne vorherige Zusage, Komfortleistungen und vieles mehr!

Weitere Informationen unter:
wuerttembergische-makler.de



württembergische

Der Fels in der Brandung.

ZAHLEN

zur Altersvorsorge der mittleren Generation in Deutschland

59%

der 30- bis 59-Jährigen

betrachten das Rentensystem als eine Schwäche Deutschlands.

Mehr als jeder

3.

der mittleren Generation rechnet im Alter mit deutlichen finanziellen Abstrichen.

37%

in der Altersgruppe

zwischen 30 und 59 sind es lediglich, die ihre eigene Altersvorsorge für ausreichend halten.

Insgesamt wünschen sich

3/4

der Befragten eine gute Altersversorgung durch ihren Arbeitgeber.

40%

würden ein staatlich

vorgegebenes Produkt für die private Altersversorgung nicht unterstützen.

(Quelle: Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Gesamtverbands der deutschen Versicherungswirtschaft; eigene Darstellung)

Markel und ROLAND Rechtsschutz kooperieren

(ac) Markel International, Spezialversicherer für gewerbliche Haftpflicht, ist eine Kooperation mit dem Rechtsschutzexperten ROLAND eingegangen. Durch einen Klick ist im Antragsmodell für D&O-Versicherung jetzt auch eine vollständige Manager-Strafrechtsschutz-Versicherung abschließbar. Mit dieser Kooperation reagiert Markel auf die Entwicklung, dass jede vierte D&O-Schadenmeldung von einem staatsanwaltlichen Ermittlungsverfahren begleitet wird. Über 50% der Kunden interessieren sich deshalb bei Abschluss einer D&O auch für einen Manager-Strafrechtsschutz – ein Wunsch, den Markel mit dem Kombiantrag jetzt erfüllen kann.

Versicherungsschutz ohne Widerspruchsmöglichkeit wählbar

Im Manager-Strafrechtsschutz kann der Versicherungsschutz der versicherten Personen von der Zustimmung des Unternehmens abhängen, wenn sich die erhobenen Vorwürfe gegen Vermögensinteressen des Unternehmens richten (beispielsweise Untreue). Das heißt, obwohl der Manager sich für die Versicherung entschieden hat, und auch wenn der Vorwurf nicht bewiesen ist, übernimmt die Versicherung die Verteidigungskosten nicht, wenn das Unternehmen ablehnt. Diejenigen, die dieses Risiko nicht eingehen wollen, können durch einen Klick direkt im Antragsmodell einen Versicherungsschutz ohne Widerspruchsmöglichkeit wählen. So steht der Versicherungsschutz beim Manager-Strafrechtsschutz den versicherten Personen genauso bedingungslos zur Verfügung wie bei der D&O-Versicherung.



Durch die Kooperation von Markel und ROLAND ist im Antragsmodell für die D&O-Versicherung auch eine Manager-Strafrechtsschutz-Versicherung abschließbar.

HanseMerkur bietet neue Unfallversicherung „Flex“

(ac) Mit „Flex“ hat die HanseMerkur Allgemeine Versicherung eine neue Unfallpolice im Angebot, die ganz auf Flexibilität setzt. Bei dem Produkt sind drei Leistungsvarianten frei wählbar, für den Fall einer Invalidität gibt es neben acht klassischen Progressionsstaffeln auch drei „Plus Progressionen“. Wie die HanseMerkur weiter mitteilt, bietet die neue Police alle marktüblichen Leistungsarten wie beispielsweise Invaliditätsleistung und Unfallrente, und zwar nun bereits ab einem Invaliditätsgrad von 35%, sowie Schmerzensgeld. Im Assistance-Baustein „Hilfe- und Pflegeleistungen“ sind zudem Unterstützungsleistungen nach einem Unfall enthalten wie etwa medizinische Pflege und Hilfe im Haushalt.

Neu ist außerdem, dass auch einzelne Tarifmodule separat abgeschlossen werden können wie zum Beispiel ein Unfalltaggeld, eine Todesfalleistung oder der Assistance-Baustein. In der neuen Leistungsvariante „Top“ ist ab sofort der neue Assistance-Baustein Reha-Management mit Beratungsleistungen und einem Reha-Manager beitragsfrei enthalten.

Psychologische Soforthilfe

Bei „Flex“ sind je nach Leistungsvariante auch kosmetische Operationen zur Beseitigung von unfall-

bedingten Narben, der Ersatz aller natürlichen Zähne bis zum Wert von 50.000 Euro sowie Such-, Bergungs-, Rettungs- und Transportkosten bis zu 100.000 Euro mitversichert. Im Bereich der Rehabilitationsleistungen sind eine Kurbeihilfe und Reha-Hilfe als Einmalzahlung möglich. Außerdem kommt die Versicherung beispielsweise für behinderungsbedingte Umbau- oder Umschulungsmaßnahmen auf. Im Angebot ist nun außerdem eine psychologische Soforthilfe, um unfallbedingte psychische Belastungen zu mildern.

Spezifische Leistungen nach Alter

Wie HanseMerkur unterstreicht, bietet die neue Unfallversicherung spezifische Leistungsinhalte und Erweiterungen des Geltungsbereiches der Unfallversicherung für unterschiedliche Zielgruppen wie Kinder, Familien oder Senioren. „Gerade Senioren profitieren von sehr weit gefassten Regelungen, wenn Krankheiten und Gebrechen an den Unfallfolgen mitgewirkt haben. Gesundheitsschäden durch Eigenbewegungen sind ebenfalls mitversichert,“ unterstreicht Vorstandsmitglied Eric Bussert. So zählen in der Top-Variante auch Oberschenkelhals- und Armbrüche unabhängig von der Ursache als Unfall. Bei Jugendlichen deckt die Police Unfallfolgen nach verabreichten K.O.-Tropfen ab.

Anzeige

**ALTERSVORSORGE
BRAUCHT RENDITE UND
EIN STARKES FUNDAMENT.
VERTRAUEN SIE UNS.**

**Canada
Life**

**THE HOME
OF INVESTMENT**



Canada Life Assurance Europe plc
unterliegt der Aufsicht der Bundesanstalt
für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin)
und der Central Bank of Ireland.

Canada Life Assurance Europe plc,
Niederlassung für Deutschland,
Höninger Weg 153a, 50969 Köln,
AG Köln, www.canadalife.de



www.thehomeofinvestment.de

NÜRNBERGER stellt digitalen Inkubator CodeCamp:N vor

(ac) Die NÜRNBERGER Versicherung hat auf der DKM 2017 einen digitalen Produktinkubator vorgestellt: das Spin-off CodeCamp:N. Die 100%-ige Tochtergesellschaft der NÜRNBERGER Versicherung mit freiem Marktzugang hat es sich zum Ziel gesetzt, das Thema Versicherung sowie Finanzdienstleistung neu zu denken. Sie will so die Lücke zwischen den Anforderungen der hybriden Kunden und dem derzeitigen klassischen Angebot schließen.

Das erste Produkt von CodeCamp:N ist die Finanzdienstleistungs-App „flip“, die Kontobewegungen des Nutzers analysiert, dabei vorhandene Versicherungsverträge erkennt und diese mit Profilen von Menschen in einer ähnlichen Lebenslage vergleicht. Auf diese Weise macht sie Vorsorgepotenziale erkennbar und generiert datengetriebene Vertriebsimpulse für den Vermittler.

SIGNAL IDUNA sichert nun gewerblich genutzte Drohnen ab

(ac) Auch Betriebe setzen zunehmend auf die Dienste ferngesteuerter Quadro- oder Multikopter, sogenannter Drohnen. Die SIGNAL IDUNA hat nun mit ihrer gewerblichen Luftfahrt-Kaskoversicherung für Flugdrohnen ihr Versicherungsportfolio für Drohnen erweitert. Die Deckungssumme ist wählbar in Stufen von 1, 3, 5 und 7,5 Mio. Euro für Sach- und Personenschäden. Versicherbar sind Drohnen bis zu einem Gesamtgewicht von 25 Kilo.

Die neue gewerbliche Luftfahrt-Kaskoversicherung der SIGNAL IDUNA für Flugdrohnen greift auch, wenn die Drohne selbst durch Bedienfehler, Kollisionen oder auch Abstürze beschädigt wird. Die Versicherungssumme ist vereinbar zwischen 500 und 30.000 Euro bei einer Selbstbeteiligung von 1% dieser Summe – mindestens aber 50 Euro. Die Versicherung greift in der Luft und am Boden. Sie springt nicht nur ein bei Schäden nach einem Absturz, sondern auch infolge einer Kollision oder eines Blitzschlags während des Fluges. Wird die Drohne zum Beispiel bei einem Einbruchdiebstahl entwendet, durch Leitungswasser oder beim Transport beschädigt, ist auch dies im Versicherungsschutz enthalten.



Die neue gewerbliche Luftfahrt-Kaskoversicherung greift auch, wenn die Drohne selbst durch Bedienfehler, Kollisionen oder auch Abstürze beschädigt wird.

DR-WALTER bietet neue Produktvariante bei EDUCARE24

(ac) EDUCARE24 von DR-WALTER bietet Absicherung für ausländische Sprachschüler, Studenten, Kollegiaten, Praktikanten und Gastwissenschaftler und ist speziell für Bildungsaufenthalte in Deutschland und Europa entwickelt. Bei der Versicherung sind verschiedene Kombinationen wählbar. Wie die Dr. Walter GmbH nun mitteilt, hat EDUCARE24 Leistungsverbesserungen erhalten und es ist eine neue Produktvariante mit Kranken-, Haftpflicht- und Unfallversicherung online abschließbar.

Vier Produktvarianten

EDUCARE24 ist in der Variante S als Krankenversicherung ohne Selbstbehalt abschließbar. Die Variante S deckt künftig auch schmerzstillende Zahnbehandlungen bis 500 Euro ab. Außerdem wurden die erstattungsfähigen Sätze nach der Gebührenordnung für Ärzte auf das 2,3-Fache erhöht. Den Krankenschutz aus S gibt es in Kombination mit einer Privathaftpflicht-, Unfall- und Abschiebekostenversicherung in den Varianten M, L und XL. Die Variante L bietet zusätzliche Leistungen bei der Zahnbehandlung, im Tarif XL sind Vorsorgeleistungen im Rahmen gesetzlicher Programme mitversichert wie etwa auch Schutzimpfungen und Zahnprophylaxe.

In allen Varianten von EDUCARE24 ist auch die Sicherheits-App MY-SAFETY-ASSISTANT eingeschlossen, die Push-Nachrichten zu Sicherheitsinformationen, ortsspezifische Reisewarnungen, Direktwahl der lokalen Notfallrufnummern und Ortungsfunktionen bietet.

die Bayerische macht ihre BU-Tarife günstiger

(ac) Bei ihrer Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) hat die Bayerische nun für Neuverträge die Nettobeiträge um mindestens 10% gesenkt. Die Versicherungsgruppe begründet diese Neukalkulation mit ihrer Bilanzstärke, die den Aufbau hoher Reserven möglich mache. Wie die Bayerische zudem unterstreicht, hätten die Lebensversicherer in der Unternehmensgruppe die Überschussbeteiligung bei der BU bislang noch nicht herabgesetzt. Hierfür bestehe nach derzeitigem Stand auch für die Zukunft kein Bedarf.

Weitere Änderungen

Bei der Absicherung für Lehrer hat die Bayerische eine integrierte Dienstunfähigkeitsklausel im Angebot. Nun liegt das maximal versicherbare Endalter von Lehrern bei 65 Jahren, bislang konnte sich diese Berufsgruppe bis zum 62. Lebensjahr versichern.

Wie die Bayerische außerdem mitteilt, profitieren Vermittler und kaufmännische Angestellte sowie Bürokaufleute überdies von einer besseren Einstufung ihrer Berufsgruppen. Versicherungsmakler zählen nicht mehr zur Berufsklasse 3, sondern nun zur Klasse 2+. Kaufmännische Angestellte und Bürokaufleute werden nicht mehr der Berufsklasse 2 zugerechnet, sondern der Klasse 2+. Infolgedessen werden die Beiträge für diese Berufsgruppen ebenfalls günstiger.

GDV: Pro Tag werden 340 Autos geknackt

(ac) Im Jahr 2016 haben Autodiebe über 18.000 kaskoversicherte Pkw gestohlen, täglich knacken Kriminelle 340 Autos. In knapp 106.000 Fällen klauten sie Autoteile wie Airbags, Bordcomputer oder Dachgepäckträger. Die Kriminellen verursachten insgesamt einen wirtschaftlichen Schaden in Höhe von knapp 520 Mio. Euro. Dies geht aus der Schadenstatistik des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) e. V. hervor.

Weniger Fälle, aber höhere Schäden

Obwohl sich die Zahl der Fälle um rund 8% verringert hat, blieb die Schadenssumme im Vorjahresvergleich stabil. Als Ursache nennt der GDV höhere Entschädigungen: So würde ein entwendeter Pkw die Kfz-Versicherer im Durchschnitt 16.400 Euro (+5%) kosten. Gestohlene elektronische Bauteile schlagen bei den Versicherern im Schnitt mit über 4.100 Euro zu Buche und damit mit fast 500 Euro mehr als im Vorjahr (+13%).

Anzeige

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

Individuell und flexibel:
Das ROLAND Baustein-System.



ROLAND.
Der Rechtsschutz-Versicherer.



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

ARAG bietet neue Zahnzusatztarife

(ac) Vier aufeinander aufbauende Tarifstufen hat die ARAG Krankenversicherung bei ihrer neuen Zahnzusatzversicherung im Angebot. Die Basisstufe TarifDent 70 umfasst neben der Absicherung bei Zahnbehandlungen eine professionelle Zahnreinigung pro Jahr sowie Zuschüsse bei Zahnersatz. Beim Tarif Dent90 sind alle gängigen Zahnbehandlungen ohne Eigenanteil abgedeckt und die Versicherung übernimmt die Kosten für zwei professionelle Zahnreinigungen pro Jahr. Bei Zahnersatz erhalten Kunden eine hohe Erstattung – mit Bonusheft bis zu 90%. Eingeschlossen sind umfangreiche Kieferorthopädieleistungen für Kinder und auch Erwachsene (im Falle eines Unfalls).

Kostenübernahme für schmerzlindernde Maßnahmen

Zusätzliche Mehrleistungen enthält der Tarif Dent90+. Dazu zählen schmerzlindernde Maßnahmen wie Hypnose und Vollnarkosen. Zudem bietet der Versicherer in dieser Tarifstufe unter anderem auch verbesserte Kieferorthopädieleistungen für Kinder.

Top-Tarif umfasst auch Zahnaufhellung

Beim Top-Tarif Dent100 erhalten Kunden bis zu 100% von ihrer Versicherung für Zahnersatz mit Bonusheft. Hier übernimmt die ARAG beispielsweise auch die Kosten für zahnaufhellende Maßnahmen wie Bleaching.

Wie die ARAG zudem mitteilt, können Kunden die Leistungen der neuen Dental-Tarife ohne Wartezeiten direkt nach Vertragsabschluss in Anspruch nehmen.

InsurLab Germany e.V. in Köln eröffnet

(ac) Mitte November wurde in Köln das InsurLab Germany e.V. eröffnet. Dabei handelt es sich um eine Brancheninitiative der deutschen Versicherungswirtschaft, die von aktuell über 20 Versicherungsunternehmen, verschiedenen InsurTech-Start-ups und Dienstleistern getragen wird. Die Initiative versteht sich als Think Tank für Innovation und Digitalisierung in der Versicherungswirtschaft. Das InsurLab Germany ist die Plattform, auf der Start-ups und Versicherungsunternehmen zusammenkommen, und organisiert den einfachen und direkten Dialog beider Seiten. Digitale Lösungen für die Lebens-, Kranken- und Schaden-/Unfallversicherung werden angestoßen und vorangetrieben. Zum Leistungsangebot gehören unter anderem sogenannte Hackathons, Pitch Days und Reverse Pitch Days, Workshops und gemeinsame Projekte.

HDI: Kfz-Zulieferer erhalten Versicherungsschutz bei Rückrufkosten

(ac) Mit der neuen Police „Kfz-Zulieferer+“ von HDI Global SE (HDI) können sich Kfz-Zulieferer absichern, wenn sie von einem Automobilhersteller für die Kosten eines Kfz-Rückrufs in Anspruch genommen werden – unabhängig davon, ob es sich um eine behördlich angeordnete Maßnahme handelt oder nicht. HDI hebt mit der Police die bislang in solchen Versicherungslösungen übliche Trennung von Maßnahmen zur behördlich vorgeschriebenen Gefahrenabwehr (zum Beispiel Rückruf) und Maßnahmen außerhalb der Gefahrenabwehr auf (Maßnahme am Kfz ohne behördlich angeordneten Rückruf). Mit der Auflösung der Trennung entfallen auch mögliche unterschiedliche Selbstbehalte und Deckungssummen.

Zusätzliche Kostenoptionen

„Kfz-Zulieferer+“ bietet darüber hinaus weitere Deckungselemente. So wurde beispielsweise die Deckung für Austauschkosten erweitert und es wurden zusätzliche Kostenpositionen in die Versicherung aufgenommen. Dazu zählen etwa Reisekosten, Feiertags- und Wochenendzuschläge für das entsandte Montagepersonal, Kosten der Montageüberwachung, Kosten für Arbeitsmittel und Zusatzmittel (zum Beispiel Schrauben, Muttern, Dichtungen), Kosten, die anfallen, um festzustellen, dass nach dem Austausch das Gesamtprodukt ordnungsgemäß funktioniert, sowie Kosten für die Entsorgung von ausgebauten Fahrzeugteilen.



Mit „Kfz-Zulieferer+“ können sich Zulieferer absichern, wenn sie von Automobilherstellern für die Kosten eines Kfz-Rückrufs in Anspruch genommen werden.

PiL nimmt die Transparenz von Lebensversicherern unter die Lupe

(ac) Zum zweiten Mal haben die Analysten des Policenkäufers Partner in Life (PiL) untersucht, wie offen und verständlich Lebensversicherer in ihren jährlichen Standmitteilungen den Kunden einen Überblick bieten über die Entwicklung ihrer Policen. Im Rahmen einer Studie wurden die Wertmitteilungen von 64 Gesellschaften mit einem Marktanteil von über 95% nach Deckungsrückstellung analysiert und ein Transparenzscore ermittelt. In dem untersuchten Teilbestand hat PiL weit über 2.000 Wertmitteilungen mit knapp 18.000 wichtigen Kennzahlen untersucht.

Als transparentester Anbieter landet in der aktuellen Ausgabe der Studie die VGH Provinzial Lebensversicherung Hannover auf Platz 1. Mit einem Transparenzscore von fast 70% erfüllt die VGH in vollem Umfang die Vorgaben des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG). Auf den Plätzen 2 und 3 folgen die AXA Lebensversicherung und die Deutsche Ärzteversicherung mit einem Score von jeweils über 60%. Auch die LV-Anbieter Condor, HanseMerkur, Debeka und SwissLife zählen zu den transparenten Versicherern.

Transparenz lässt laut PiL-Studie bei vielen Anbietern zu wünschen übrig

Doch auch wenn einige Versicherer gute Werte erreichen oder sich im Vorjahresvergleich verbessern, fällt das Fazit von PiL eher ernüchternd aus: Der weitaus größte Teil des Marktes liefere seinen Kunden in den Wertmitteilungen nur einen unvollständigen Überblick über die Entwicklung ihrer Lebensversicherungsverträge.

Cosmos legt bei BWR und Sockelbeteiligung zu

Bei der Mitteilung von Bewertungsreserve (BWR) und Sockelbeteiligung ist die Zahl der transparenten Versicherer deutlich gewachsen. Spitzenreiter der Versicherer, die sich am ehesten an die Mitteilungsvorgaben der BaFin halten, ist die Neue Bayerische Beamten Lebensversicherung mit einem Wert von über 80%. Überrascht zeigten sich die Policenanalysten von PiL von der Entwicklung der Cosmos in diesem Bereich. Der Direktversicherer hatte bei der letzten Auswertung kaum BWR und Sockel mitgeteilt, in der aktuellen Analyse aber deutlich zugelegt und es jetzt sogar ins Spitzenfeld auf Platz 2 geschafft.

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 Einmalbeiträge
- Strategieassistent für das Gesamtguthaben
- Individuelles Ablaufmanagement



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

inter-makler.net

inter
VERSICHERUNGSGRUPPE



Versicherungskammer positioniert das Maklergeschäft Kranken neu

Interview mit Stefan Gilles, Geschäftsführer der Versicherungskammer Maklermanagement Kranken GmbH

Die Versicherungskammer Maklermanagement Kranken, vormals Consal MaklerService, will Maklerunternehmen neue Impulse im PKV-Geschäft geben. Mit verschiedenen Maßnahmen im Bereich Produkte und Services sollen gemeinsam Wachstumsziele erreicht werden.

Herr Gilles, die Versicherungskammer will das Maklergeschäft forcieren. Welche Überlegungen treiben Sie dabei an?

Neben unserem starken Sparkassen- und Agenturvertrieb möchten wir zukünftig die Krankenversicherungsproduktion bundesweit im Maklervertrieb im Privat- und Firmenkunden-segment nachhaltig stärken. Im Bereich Komposit sind wir schon seit Jahren bei institutionellen Maklern etabliert, im Bereich Leben machen wir aktuell erste Schritte. Generell repräsentiert die Gruppe der Makler ein Drittel des Vermittlermarktes, somit für uns ein interessantes Wachstumsfeld.

Im Zuge dieser Überlegungen wurde die Consal Makler-Service in die Versicherungskammer Maklermanagement Kranken umfirmiert. Warum dieser Schritt?

Wir haben eine Studie beauftragt, um die Markenbekanntheit der Versicherungskammer und der Consal MaklerService zu untersuchen. Im Ergebnis haben wir festgestellt, dass die Risikoträger Bayerische Beamtenkrankenkasse und UKV –

„Unsere Vertriebspartner erwarten für ihre Mandanten höchste Sicherheit bei der Absicherung eines lebenslangen Versicherungsschutzes.“

Union Krankenversicherung zu 42% bekannt sind, die Consal dagegen nur wenig. Die Versicherungskammer Bayern besitzt mit über 90% Bekanntheit mit Abstand den größten Markenwert und ist somit als echtes Zugpferd am deutschen Markt zu bezeichnen.

Welche Rolle spielt dabei der Blick auf Kennzahlen wie Finanzstärke und Solvabilität?

Der Konzern Versicherungskammer ist Nummer eins in der Gruppe der öffentlichen Versicherer und eingebettet in Europas stärksten Finanzverbund: die Sparkassen-Finanzgruppe. Mit über 7,8 Mrd. Euro Beitragseinnahmen, rund 6.800 Mitarbeitern und einem klaren A-Rating bei Standard & Poors bietet der Konzern ein starkes Fundament.

Wie steht es um die Finanzstärke in der Krankenversicherung?

Unsere Vertriebspartner erwarten für ihre Mandanten höchste Sicherheit bei der Absicherung eines lebenslangen Versicherungsschutzes. Vor allem im sensiblen Bereich Gesundheit:

Seine Gesundheit möchte man Profis anvertrauen, die über Erfahrung sowie große Kollektive verfügen und somit für zukünftige Anforderungen gerüstet sind. Wenn wir uns unsere beiden Risikoträger Bayerische Beamtenkrankenkasse und UKV ansehen, dann sprechen wir von rund 2,3 Mrd. Euro Beitragseinnahmen und drei Millionen Kunden. Sicherheit und Stabilität zeichnen uns aus.

Ihr Bereich beschäftigt sich ja mit dem Maklergeschäft in Kranken. Was bedeutet die Neuaufstellung für diesen Bereich?

Wir haben uns vorgenommen, die Makler, Vertriebe und Pools auf die gemeinsame Reise vom Kostenerstatter zum Gesundheitsdienstleister mitzunehmen. Wir wollen sie konkret in unsere Entwicklungen einbinden und die Mehrwerte für die Kunden stärker in gemeinsamen geschäftlichen Erfolg umsetzen.

Welche Ziele verbinden Sie mit den eingeleiteten Maßnahmen?

Wir verbinden damit ganz klar Wachstumsgedanken und stellen uns ein zweistelliges Wachstum pro Jahr vor.

Mit welchen Neuerungen wollen Sie das Neugeschäft steigern?

Auf der einen Seite stellen wir attraktive und vielfach ausgezeichnete Produkte zur Verfügung. Auch werden wir 2018 mit verschiedenen Produktinnovationen auf die Makler zukommen.

Auf der anderen Seite geht es natürlich um die Zusammenarbeit. So haben wir unsere Servicelevels komplett erneuert und bieten dem Makler sehr schnelle Bearbeitungszeiten für seine Anliegen.

Wir nennen das Programm „Easy Going“. Die Partnerzufriedenheit steigt stetig und der Verbesserungsprozess ist noch voll im Gange, auch jenseits der Digitalisierung.

Über die werden wir noch reden, aber lassen Sie uns bitte kurz wissen, wie Ihre Struktur in der Maklerbetreuung aufgebaut ist.

Wir haben zwölf Regionalleiter in der Fläche und zwei zentrale Maklerbetreuer am Standort München. Zudem gibt es zwei Regionalleiter mit speziellem Know-how für die betriebliche Krankenversicherung. Das ist einzigartig am Markt. Zudem unterstützen 15 Mitarbeiter im Vertriebsservice die Makler. Wir investieren übrigens stark in die Weiterqualifizierung und verstärken die verkäuferische und betreuerische Kompetenz unserer Mitarbeiter.

Welche Maklerunternehmen sprechen Sie denn insbesondere an?

Wir kommen aus dem Bereich der Einzelmaklerbetreuung und haben uns nun auch fitter gemacht im Bereich der Segmentmakler – also solchen, die sich auf Themen wie bAV und bKV spezialisieren oder beispielsweise auch auf das Expat-Geschäft. Gleiches gilt für die mittelständischen Häuser, Vertriebe und Pools. Wir machen uns für alle diese Bereiche stark und haben unsere Services auf diese einzelnen Segmente zugeschnitten.

Kommen wir zur Digitalisierung. Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen?

In einem ersten Schritt haben wir alle technischen Schnittstellen und Programme auf den Prüfstand gestellt und uns darauf konzentriert, die IT im verkäuferischen Bereich zu verbessern. Wir haben die TAA-Prozesse, also Tarifierung, Angebot und Antrag, und damit die BiPRO-Schnittstelle 424 umgesetzt. So sind im Bereich der Zusatzversicherung klare Prozesse von der Tarifierung bis hin zum Abschluss und der Online-Policierung hinterlegt. Wir dachten hier eigentlich, dass wir technisch aufholen müssten. Aber wir haben festgestellt, dass wir im Bereich Kranken tatsächlich First Mover sind.



„Wir investieren übrigens stark in die Weiterqualifizierung und verstärken die verkäuferische und betreuerische Kompetenz unserer Mitarbeiter.“

Stefan Gilles

Die BiPRO-Thematik geht ja noch einen Schritt tiefer – und zwar in die Bereiche der Maklerverwaltungs- und Vergleichsprogramme. Hier arbeiten wir mit den Modulen, die softfair anbietet. Aktuell sind wir so bei der Risikovorabfrage RiVa mit der Vollversicherung dabei.

Kurz zusammengefasst heißt das: Verfügbar sind der BiPRO-424-Prozess für die Zusatzversicherung, RiVa für die Vollversicherung und Online-Abschlussmodule generell als Verlinkung auf den Portalen der Vertriebspartner. Weitere Umsetzungen folgen.

Sieht man sich den PKV-Markt an, gestaltet sich dieser nicht sehr einfach: schwierig in der Vollversicherung, verhalten in bKV und Pflege. Wie sehen Sie vor dem Hintergrund Ihrer Wachstumsziele die Gesamtentwicklung?

Grundsätzlich gehen wir – auch mit Blick auf die neue Regierungsbildung – von stabilen Jahren für die Vollversicherung aus. Unsere Kernkompetenz liegt ja seit Jahrzehnten in diesem Segment, und das wird auch so bleiben. Zur GKV-Finanzierung erwarten wir Leistungskorrekturen, sodass die Zusatzversicherung der große Wachstumsmarkt bleibt. Für uns gilt es, diesen Markt energisch weiter zu erschließen.

Im Bereich der Pflegeversicherung sind wir aktuell Marktführer: Nummer eins in der Förderpflege, Nummer zwei bei der Pflegezusatzversicherung. In diesem Segment kann der Makler bei uns Verkaufskompetenz hinzugewinnen. Sie haben recht, Vermittlung in dem Bereich ist nicht einfach, Pflege ist ein gehaltvolles Thema. Deshalb unterstützen wir hier mit speziellen Weiterbildungsangeboten.

Die bKV ist ein nächster wichtiger Schritt. Die Versicherungskammer ist hier ebenfalls Marktführer im kommunalen und kirchlichen Geschäft. In der bKV ist aber, ähnlich wie in der Pflege, eine Konzeptberatung notwendig: Auch hier werden wir Anfang 2018 den Maklermarkt überraschen. ■



Neue Dental-Tarife der ARAG Krankenversicherung

Ein Zahnarztbesuch kann schnell teuer werden – trotz gesetzlicher Krankenversicherung. Der Bedarf für eine zusätzliche private Absicherung wächst deshalb kontinuierlich. Hierfür hat die ARAG Krankenversicherungs-AG nun eine neue Produktfamilie an Zahnzusatzversicherungen mit vier modernen Dental-Tarifen auf den Markt gebracht.

Rund 14 Mrd. Euro haben alleine die gesetzlichen Krankenkassen laut GKV-Verband im Jahr 2016 für zahnärztliche Versorgungsmaßnahmen ausgegeben. Mit dieser Summe sind jedoch bei Weitem nicht alle Kosten abgedeckt, die beim Zahnarztbesuch anfallen. Private Zahnzusatzversicherungen spielen deshalb eine zunehmend wichtige Rolle für die Verbraucher. Der wachsende Bedarf lässt sich auch an den rund 400.000 Versicherungen für Zahnbehandlungen und Zahnersatz ablesen, die laut dem Verband der privaten Krankenversicherer allein 2016 neu abgeschlossen wurden. Für die Zukunft ist wegen des medizinischen Fortschritts sowie limitierter Finanzierungsmittel der gesetzlichen Kassen von weiter steigenden Kosten auszugehen. Die Nachfrage nach passenden privaten Absicherungsmöglichkeiten wird daher weiterhin bestehen – oder sich sogar noch erhöhen.

Neue Produktlinie mit vier Tarifen

Die ARAG Krankenversicherungs-AG hat aufgrund dieses Bedarfs Anfang November 2017 eine neue Produktfamilie mit

insgesamt vier modernen, präzise aufeinander abgestimmten Dental-Tarifen eingeführt. Die Entscheidung, mehrere Tarifstufen anzubieten, wurde auf Basis einer strukturierten Markterhebung und Zielgruppensegmentierung getroffen. Das Motto „one size fits all“ verliert gerade in Zeiten zielgenauerer Kundenorientierung sowie Digitalisierung an Bedeutung. Für die

ARAG Krankenversicherung stand deshalb bei der Gestaltung der neuen Zahnzusatzversicherungen nicht einfach nur die Entwicklung eines Tarifs im Vordergrund, sondern vielmehr attraktive Produktlösungen für spezifische Zielgruppen. Damit ist es möglich, nicht nur die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse passgenau zu bedienen, sondern zudem auch sämtliche wichtigen Vertriebskanäle.

Maßgeschneiderter Schutz je nach Zielgruppe

Eine Besonderheit gilt für alle vier neuen ARAG Dental-Tarife: Die Leistungen können direkt nach Vertragsabschluss in Anspruch genommen werden, denn es gibt keine Wartezeiten. Die einzelnen Tarifstufen bauen aufeinander auf und bieten eine maßgeschneiderte Absicherungsmöglichkeit ganz nach dem individuellen Bedarf des Kunden. Ob preislich attraktive Grundabsicherung, Übernahme von Kosten für Vollnarkose oder Hypnose bei Angstpatienten oder sogar für das Bleaching der Zähne – die neuen Dental-Tarife decken die vielfältigen Bedürfnisse der Kunden passgenau ab.

Tarif Dent70 bildet die Basis und ist konzipiert für preisbewusste Kunden. Er bietet einen günstigen und dennoch leistungsstarken Versicherungsschutz, der den Eigenanteil beim Zahnarzt spürbar senkt. Er umfasst neben der guten Absicherung bei Zahnbehandlungen jährlich eine professionelle Zahnreinigung sowie attraktive Zuschüsse bei Zahnersatz – beispielsweise für Brücken und Implantate. Tarif Dent90 bietet zwei professionelle Zahnreinigungen jährlich und durch höhere Erstattungen eine noch stärkere Kostensenkung. Zahnbehandlungen – wie etwa Wurzelbehandlungen – sind hier ohne Eigenanteil komplett abgesichert. Bei Zahnersatz erfolgt eine hohe Erstattung, mit Bonusheft sogar bis zu 90%. Darüber hinaus sind umfangreiche Kieferorthopädieleistungen für Kinder eingeschlossen, genauso wie auch für Erwachsene im Falle eines Unfalls. Tarif Dent90+ bietet ein besonderes Plus vor allem bei der Kostenübernahme von Leistungen rund um schmerz- lindernde Maßnahmen wie etwa Hypnose oder Vollnarkosen. Außerdem gelten hier die Übernahme von 90% für Zahnersatz auch ohne Bonusheft sowie verbesserte Kieferorthopädieleistungen für Kinder. Premiumkunden mit höchsten Ansprüchen steht mit dem Tarif Dent100 ein besonderer Rundum-Schutz zur Verfügung. Dieser Hochleistungstarif bietet nicht nur eine Absicherung aller relevanten Behandlungsformen auf höchstem Niveau, sondern auch erstmals Kostenersatz für Bleaching und andere zahnaufhellende Maßnahmen.

Optimierte Prozesse

Zu einer exzellenten Produktlösung gehört nicht nur ein modernes und hochwertiges Leistungsspektrum. Für Kunden und Vertriebspartner zählt auch ein einfacher und stringenter Antragsprozess. Bei den ARAG Dental-Tarifen führen entsprechend neue digitale Zugangswege sowohl Ausschließlichkeitsvertreter und Makler als auch Endkunden selbst schnell und direkt zum Vertragsabschluss. Der Abschluss kann ohne aufwendige Gesundheitsprüfung nach wenigen Eingaben direkt am Point-of-Sale erfolgen – ganz ohne Medienbruch.

Die neuen ARAG Dental-Tarife stehen allen gesetzlich Versicherten offen und sind nach Art der Schadenversicherung kalkuliert. Wie in der Zahnzusatzversicherung üblich gelten in den ersten Jahren Summenbegrenzungen, die bei der ARAG Krankenversicherung im Verlauf von fünf Jahren komplett abschmelzen. Bei Behandlungen aufgrund eines Unfalls finden sie per se keine Anwendung. Die Besonderheit: Nicht das Versicherungsjahr, sondern das Kalenderjahr ist hier maßgeblich. Das heißt: Kunden, die gegen Ende eines Jahres ihren Vertrag abschließen, kommen bereits ab dem 01.01. des Folgejahres in den Genuss der nächstniedrigen Summenstufe.

Ein elementarer Faktor bei der Entwicklung der neuen Zahnzusatzversicherungen war schließlich auch ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis mit Blick auf den Markt. So kostet das Basispaket Dent70 für Erwachsene im Alter von 21 bis 33 Jahren monatlich 11,19 Euro. Die Komfortvarianten Dent90 und Dent90+ liegen bei 18,43 beziehungsweise 20,47 Euro sowie die Premiumvariante Dent100 bei 37,36 Euro im Monat.

Zeitgemäßes Produktpaket rund um die Zähne

Mit ihrer neuen Generation von Dental-Tarifen bietet die ARAG Krankenversicherung für jede Zielgruppe eine starke Lösung zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis und ohne Wartezeiten. Höchste Bewertungen bei Produktratings der Vergleichsplattformen MORGEN & MORGEN sowie Levelnine spiegeln diese Qualität wider. Dank des modernen Onlineprozesses können die Kunden ihre Police zudem schnell und bequem von zu Hause aus abschließen, direkt auf der ARAG Homepage – aber auch beim ARAG Partner beziehungsweise beim Versicherungsmakler, die ebenfalls digital im Antragsprozess über eigene Schnittstellen angebunden sind. Die bisherigen ARAG Zahnzusatztarife bleiben zusätzlich zur neuen Produktgeneration weiterhin verkaufsoffen. ■

Mit ihrer neuen Generation von Dental-Tarifen bietet die ARAG Krankenversicherung für jede Zielgruppe eine starke Lösung zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis und ohne Wartezeiten.



Von Dr. Roland Schäfer,
Vorstandsmitglied ARAG Krankenversicherungs-AG





Was geht da noch?

BU erfolgreich im Markt vorantreiben

Im Bereich Berufsunfähigkeitsversicherung ist die Produktvielfalt enorm und eine hohe Qualität vorhanden. Immer wieder heißt es, der Markt sei ausgereizt. In welchen Bereichen sich Anbieter mit ihrer BU noch abheben können, zeigt der VOLKSWOHL BUND auf.

Die Auswahl an hervorragend getesteten Berufsunfähigkeitsversicherungen (BU) ist für den Vermittler groß. 342 BU-Tarife haben 2017 vom Analysehaus MORGEN & MORGEN eine Fünf-Sterne-Bestnote erhalten. Sogar bei der Stiftung Warentest schneiden ganze 31 Angebote aktuell mit einem „sehr gut“ ab. Kann es da für die BU-Anbieter noch Potenzial zur Verbesserung geben? Sind die Entwicklung des Produkts und damit auch der Wettbewerb wirklich ausgereizt? Wie kann sich ein Anbieter mit seinem Angebot heute noch vom Markt abheben, wenn doch die meisten Tarife schon Top-Ergebnisse in den Vergleichen erzielen? Sieben Felder, in denen noch was geht!

Stellschraube Preisgestaltung

Wie bei allen Gütern hat auch beim Versicherungsschutz der Preis einen großen Einfluss auf die Auswahl des Kunden. Wer aber in der BU 1a-Leistungen zum Schnäppchenpreis erwartet, wird früher oder später enttäuscht werden. Wichtig ist eine verlässliche Kalkulation, die dem Kunden Beitragssicherheit über die Laufzeit bietet. Ende vergangenen Jahres hat die Ratingagentur Franke & Bornberg untersucht, welche Versicherer für langfristig verlässliche Konditionen und damit für Zukunftsfähigkeit stehen. Aus der Studie ging die VOLKSWOHL BUND Lebensversicherung a.G. als einer von zwölf Stabilitätssiegern hervor.

Dennoch ist es möglich, bei der Tarifentwicklung neue Stellschrauben zu finden, mit denen die Beiträge teilweise günstiger gestaltet werden können. Dem VOLKSWOHL BUND ist es beispielsweise bei der Neugestaltung seiner BU im Herbst gelungen, viele Berufe neu einzugruppieren und mit Fragen zur genauen Tätigkeit die Prämie zu optimieren. Durch ein professionelles Controlling der Schadenquoten ist ein neuer Berufskatalog entstanden, mit dem die Prämien für sehr viele Berufe deutlich gesenkt werden konnten.

Mit sachgerechter Annahmepaxis punkten

Bei der Risikoprüfung werden die Weichen für einen funktionierenden BU-Vertrag gelegt. Hier sind sachgerechte Annahmetscheidungen von Profis in einem Haus mit langer Erfahrung im

BU-Geschäft wichtig. Wer BU-Anträge sorgfältig abwägt und dann individuell und schnell entscheidet, trägt zum guten Ruf seines Hauses bei und verbessert die Markchancen des Produkts. Feste und transparente Serviceziele, wie es sie beim VOLKSWOHL BUND gibt, helfen dabei. Ein Vertriebspartner kann beispielsweise innerhalb von 48 Stunden die Bearbeitung seiner Risikovorabfrage erwarten – selbstverständlich auch ohne Namensnennung des Kunden. Maklerbetreuer und Risikoprüfer stehen dem Partner außerdem jederzeit bei Fragen zur Verfügung.

Flexibilität ermöglichen

Damit ein BU-Vertrag auch noch nach 30 Jahren ins Leben des Kunden passt, muss der Tarif ausreichend Nachversicherungsmöglichkeiten bieten, die keiner neuen Gesundheitsprüfung unterliegen. Sinnvolle Optionen wie Beitragsfreistellungen, ereignisunabhängige Erhöhungen oder Erhöhungen bei bestimmten Lebensereignissen eignen sich besonders gut, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Der VOLKSWOHL BUND bietet beispielsweise eine Versorgungsgarantie, bei der die versicherte Leistung auf bis zu 4.000 Euro angehoben werden kann. Seit Herbst ist die BU außerdem mit dem Recht ausgestattet, die BU zu verlängern für den Fall, dass in der Zukunft das gesetzliche Rentenalter weiter heraufgesetzt werden sollte – komplett im bestehenden Vertrag und ohne neue Gesundheitsprüfung.

Junge Kunden ansprechen

Je früher der Kunde eine BU abschließt, umso gesünder ist er in der Regel und

umso günstiger ist die Absicherung – auch auf lange Sicht. Anbieter, die sich auf junge Kunden einstellen und Vermittlern passende Angebote zur Verfügung stellen, haben Vorteile am Markt. Schon ab dem Alter von zehn Jahren können Schüler beim VOLKSWOHL BUND eine BU mit pauschal 1.500 Euro BU-Rente monatlich erhalten. Die Leistung bei Arbeitsunfähigkeit ist hier bis zum 20. Lebensjahr kostenlos eingeschlossen.

Wer eine Ausbildung macht – auch in einem körperlich anstrengenden Beruf – kann ebenfalls pauschal 1.500 Euro BU-Rente monatlich versichern. Bei Studenten sind neuerdings pauschal 2.000 Euro BU-Monatsrente möglich. Für junge Leute hat der VOLKSWOHL BUND darüber hinaus die BU Perfect Start entwickelt – mit besonders niedrigen Prämien in den ersten fünf Jahren und moderaten Anpassungen in den Jahren danach.

Mit Bausteinen Vorteile bieten

Bausteine, die innerhalb der BU zusätzliche Risiken abdecken, sind wertvoll für den Kunden und bieten auch dem Makler entscheidende Vorteile. Je nach Lebensplanung und persönlicher Situation tragen sie entscheidend dazu bei, dass der Vertrag dauerhaft die bestmögliche Absicherung für den Kunden darstellt. Für den Makler sind diese Bausteine wichtige Faktoren für seine Bestandssicherung.

Das Pflege-Plus, mit dem die Leistung im Pflegefall erhöht wird, gehört mittlerweile fast zum Standard und wird auch von Ratingagenturen bei der Bewertung von BU-Tarifen berücksichtigt. Auch gibt es bereits bei vielen Versicherern die Möglichkeit, Leistungen bei Arbeitsunfähigkeit (AU) zu erhalten. Der VOLKSWOHL BUND hat diese AU-Sonderregelung im überarbeiteten Tarif nochmals verbessert: Der Kunde erhält nun schon eine Leistung, wenn er drei Monate krankgeschrieben ist und zugleich eine Prognose für weitere drei Krankheitsmonate erhält. So ist das Geld aus dem AU-Baustein deutlich schneller auf seinem Konto.

Leistungsregulierung überprüfen

Ein BU-Vertrag nutzt wenig, wenn am Ende die berechnete Zahlung ausbleibt

oder die Auszahlung sich unnötig verzögert. Darum legen Vermittler ihr Augenmerk vermehrt auf die Leistungsbearbeitung der Versicherungsunternehmen. Wer hier fair und kundenorientiert arbeitet und dem Versicherten mit kompetenten Ansprechpartnern serviceorientiert zur Seite steht, profitiert zu Recht von einem guten Ruf, insbesondere beim Neugeschäft.

Mittlerweile gibt es auch Begutachtungen neutraler Marktbegleiter, die die besondere Qualität von Lebensversicherern in der BU-Leistungsbearbeitung öffentlich machen. Diese Bewertungen erleichtern Maklern den Vergleich und sind eine zusätzliche Hilfe bei der Beurteilung von BU-Tarifen. Die VOLKSWOHL BUND Lebensversicherung a.G. gehört zu den ersten BU-Versicherern, die 2016 von ASSEKURATA Solutions für ihre Fairness in der BU-Leistungsbearbeitung ausgezeichnet wurde. Dem Rating haben sich bisher erst sechs Marktteilnehmer gestellt. Auch die aktuelle Leistungsquote überzeugt: 2016 hat der VOLKSWOHL BUND in 80% aller entschiedenen Fälle BU-Leistungen an seine Versicherten ausgezahlt.

Maklerservice optimieren

Zu einem erstklassigen BU-Produkt gehört ein ebenso erstklassiger Maklerservice. Neben funktionierenden und verständlichen Beratungsunterlagen zählen dazu kurze Bearbeitungszeiten und persönliche Ansprechpartner im Versicherungsunternehmen, die den Vermittler während des gesamten Antragsprozesses unterstützen. Beim VOLKSWOHL BUND stehen den Vertriebspartnern von 8 bis 18 Uhr regionale Ansprechpartner vor Ort zur Verfügung. BU-Anträge werden, wenn alle Unterlagen vorliegen, innerhalb von 48 Stunden poliziert.

Zum Service für die Makler gehört auch, dass das Unternehmen für Anträge, die nicht ohne Weiteres poliziert werden können, individuelle Vereinbarungen anbietet oder proaktiv alternative Vertragsabschlüsse anbietet – zum Beispiel eine Grundfähigkeitsversicherung. Die AssCompact Leser attestieren dem VOLKSWOHL BUND eine gute Maklerunterstützung, dafür gab es bei den AssCompact AWARDS Maklerservice in der Kategorie Private Vorsorge/Biometrie den 2. Platz. ■



Von Kristina Salzwedel, Produktmanagerin Biometrie der VOLKSWOHL BUND Lebensversicherung a.G.



„Wir sind davon überzeugt, dass wir mit unserer Strategie erfolgreich sein werden“

Interview mit Gail Izat, CEO von Standard Life Deutschland

Standard Life bekräftigt das Engagement in Deutschland und erwartet, dass die Nachfrage nach fondsgebundenen Produkten ohne Garantien allmählich steigen wird. Das deutsche Geschäft wird der schottische Versicherer aufgrund des Brexits künftig von Irland aus betreiben, um Maklern und Kunden Kontinuität zu gewährleisten.

Frau Izat, die Deutschen wollen bei ihrer Altersvorsorge Sicherheit, Niedrigzins hin oder her. Wie viel Geduld müssen Sie mit dem deutschen Markt haben?

Es ist sicherlich richtig, dass die Deutschen konservativ in Sachen Altersvorsorge sind. Viele Kunden sind aber gleichzeitig in Zeiten niedriger Zinsen sehr unzufrieden mit den Renditeerwartungen vieler klassischer Produkte und deshalb sehr aufgeschlossen gegenüber Alternativen. Daher glaube ich, dass wir nicht allzu viel Geduld haben müssen und es zwar langsam, aber eben auch stetig vorangehen wird. Dabei wird es eine der wichtigsten Aufgaben sein, den Kunden zu vermitteln, dass es auch im fondsgebundenen Bereich durchaus sehr sinnvolle Lösungen für sicherheitsorientierte Kunden gibt.

Der Mentalitätswandel wird vermutlich noch dauern. Standard Life bekennt sich aber zu Deutschland und will hier sogar wachsen – und das eben ohne Garantieprodukte. Kann diese Strategie gelingen?

Ja, wir sind fest davon überzeugt, dass wir mit unserer Strategie erfolgreich sein werden. Natürlich ist es einfacher, immer wieder neue Garantieprodukte zu erfinden, sobald die alten entweder nicht mehr funktionieren oder zu teuer werden. Wir haben uns bewusst für den weiteren, aber aus unserer Sicht nachhaltigen Weg entschieden. Denn wir stellen tagtäglich fest, dass

„Es ist nur mit einem Produkt ohne Garantie möglich, die Rendite zu erwirtschaften, die notwendig ist, um die drohende Vorsorgelücke zu schließen.“

immer mehr Vermittler und Kunden die Nachteile von Garantien erkennen und sich sehr offen für fondsgebundene

Produkte ohne Garantien zeigen. Es ist nur mit einem Produkt ohne Garantie möglich, die Rendite zu erwirtschaften, die notwendig ist, um die drohende Vorsorgelücke zu schließen. Wir erwarten also eine stark steigende Nachfrage nach fondsgebundenen Produkten ohne Garantien und sehen hier große Chancen für Standard Life.

Stellen Sie uns doch bitte kurz dar, wie das aktuelle Geschäft läuft und welche Produkte dabei eine besondere Rolle spielen.

Nach dem Rückzug aus dem With-Profits-Geschäft fokussieren wir uns auf Fondspolizen und sind mit den Neugeschäftser-

gebnissen der vergangenen beiden Jahre zufrieden. Wir konnten den Wegfall der Garantieprodukte außerhalb der bAV schon im ersten Jahr überkompensieren. Gerade im Einmalbeitragsbereich haben wir deutliche Zuwächse zu verzeichnen. Bei der Produktentwicklung haben wir zuletzt einen besonderen Fokus auf die Zielgruppe 50plus gelegt. Die Einmalbeitragsprodukte „ParkAllee“ und „WeitBlick“ sind speziell auf die Bedürfnisse dieser sehr interessanten Zielgruppe ausgerichtet und werden sehr gut angenommen.

Welche Makler erreichen Sie damit?

Standard Life arbeitet mit unabhängigen Maklern zusammen, die einen besonderen Schwerpunkt auf investitorientierte Altersvorsorgeprodukte legen. In diesem Segment suchen wir kontinuierlich nach Möglichkeiten, die Anzahl unserer Maklerverbindungen auszubauen – was uns gelingt, wenn auch in kleinen, stetigen Schritten.

In UK gibt es im Altersvorsorgegeschäft keine Provisionen mehr. Standard Life hat dort schon lange die Abkehr von Provisionen vollzogen. In Deutschland wird das Provisionsmodell auch nach IDD-Umsetzung dominieren. Oder welche Entwicklung erwarten Sie?

Wir erwarten, dass es in Deutschland auch künftig Provisionen geben wird und es bei einem Nebeneinander von Provision und Honorar bleiben wird. Dennoch wird es zu großen Veränderungen kommen. Ich bin davon überzeugt, dass es noch mehr Transparenz bei der Vergütung geben wird, dass die Abschlussprovisionen weiter sinken

werden und sich Makler noch stärker einer variablen und deutlich höheren laufenden Vergütung öffnen müssen. Ich glaube auch, dass die Honorarberatung deutlich an Bedeutung gewinnen wird. Denn für viele Vermittler ist der Schritt von laufender Provision zu Honorar gar nicht so groß.

Welche anderen großen Trends werden den Markt aus Ihrer Sicht in den nächsten Jahren prägen?

Ich gehe davon aus, dass die anhaltende Niedrigzinsphase, die zunehmende Digitalisierung und die kontinuierliche Regulierung den Markt prägen und nachhaltig verändern werden. Die niedrigen Zinsen werden die Produktwelt weiter in Richtung fondsgebundener Produkte verändern. Im Zuge der zunehmenden Digitalisierung werden sich Makler noch stärker der Konkurrenz von Online-Portalen und InsurTechs stellen müssen. Ich bin aber davon überzeugt, dass in komplexen Bereichen wie der Altersvorsorge die persönliche Beratung immer noch dominieren wird. Makler sollten aber auf jeden Fall überlegen, in welchen Bereichen es Sinn hat, digitale Assistenten einzusetzen. Und es wird auch mit der Regulierung des Versicherungsmarktes weitergehen.

Wie unterstützen Sie Ihre Vertriebspartner bei der Bewältigung der größten Herausforderungen?

Standard Life sieht sich als Partner der unabhängigen Vermittler. Wir wollen unsere Vertriebspartner bestmöglich auf die anstehenden Veränderungen vorbereiten. Das haben wir im letzten Jahr beispielsweise sehr intensiv in Bezug auf die IDD getan. Mit „Future Ready“ bieten wir ein Weiterbildungsprogramm, bei dem Makler überprüfen können, ob ihr bestehendes Geschäftsmodell bereits „fit für die Zukunft“ ist oder ob Anpassungen notwendig sind. Das Angebot kommt bei den Vermittlern sehr gut an und wir werden es auch im kommenden Jahr fortsetzen.

Lassen Sie uns noch über den Brexit sprechen. Standard Life wird den deutschen Markt künftig von Irland aus bedienen. Warum ist ein „EU-Domizil“ für Makler und Kunden wichtig?

Nach dem Referendum haben wir direkt begonnen, die potenziellen Auswirkungen auf Standard Life intensiv zu analysieren. Die Verhandlungen zwischen der EU und Großbritannien erwiesen sich schnell als sehr komplex, was eine gewisse Unsicherheit mit sich bringt. Vor diesem Hintergrund haben wir diverse Szenarien analysiert, unter anderem natürlich auch einen „harten Brexit“ mit dem Wegfall der aktuell bestehenden Passporting-Rechte. Wir kamen dabei zum Ergebnis, dass der Weg über Dublin die beste Umsetzungsmöglichkeit ist, um auch weiterhin in Deutschland aktiv sein zu können. In einem solchen Szenario beabsichtigen wir, unsere in der EU (außer Großbritannien) ansässigen Kunden an unsere bestehende Tochtergesellschaft in Dublin (Standard Life International) zu transferieren. Wir haben bereits damit begonnen, die erforderlichen aufsichtsrechtlichen Genehmigungen einzuholen, die wir hierzu benötigen würden. Was auch immer geschieht, unser Ziel ist es, zu gewährleisten, dass wir die Servicekontinuität und den Support für unsere Kunden in Deutschland, Österreich und Irland ab dem Zeitpunkt, zu dem Großbritannien die EU verlässt, aufrechterhalten

können. Dazu gehört natürlich auch, dass Makler auch weiterhin von ihrem gewohnten Ansprechpartner betreut werden und mögliche Rückfragen von Maklern und Kunden wie gewohnt aus Frankfurt beantwortet werden.

Seit Mai dieses Jahres führen Sie die Geschäfte von Standard Life Deutschland – kommissarisch, wie es zunächst hieß. Wie sind die weiteren personellen Pläne?

Ja, es ist richtig, dass ich als Interim-CEO die Geschäfte der deutschen Niederlassung leite. Wir haben aber beschlossen, dass ich die Rolle bis zum Abschluss des Brexit-Projekts ausfüllen werde, weil ich diverse Großprojekte wie Solvency II geleitet habe und es Standard Life wichtig war, in dieser Phase personelle Kontinuität sicherzustellen. Daher werde ich noch mindestens ein Jahr als CEO für die deutsche Niederlassung verantwortlich sein. ■



Gail Izat

„Standard Life sieht sich als Partner der unabhängigen Vermittler. Wir wollen unsere Vertriebspartner bestmöglich auf die anstehenden Veränderungen vorbereiten.“



Terrorversicherung – Sicherheit auch in unsicheren Zeiten

Terrorismus und politische Gewalt verändern die Unternehmensrisiken. Ein professionelles Risk Management für Dienstreisen, Lieferketten sowie lokale und weltweite Tätigkeiten ist deshalb unerlässlich. Bei Versicherungsschutz und den Policen gilt es für Versicherungsmakler und Unternehmen auf einige Besonderheiten zu achten.

Terrorismus und politische Gewalt sind heute ein globales Problem. Vorfälle können sich inzwischen jederzeit und allerorten ereignen, gerade auch in Regionen, an die man zunächst nicht denkt und die im eigentlichen Sinne nicht als gefährdet gelten und eingestuft werden.

Angesichts dieser Entwicklung werden die Risiken Terrorismus und politische Gewalt zur immer größeren Herausforderung für Unternehmen, schließlich bergen sie ein erhebliches Gefahrenpotenzial, nicht zuletzt in finanzieller Hinsicht. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der Globalisierung: Selbst wenn Unternehmen kein unmittelbares Ziel und nicht mit direkten Sachschäden konfrontiert sind, können sie vor dem Hintergrund globalisierter Lieferketten dennoch signifikante Schäden erleiden. Denn kommt es etwa infolge eines Anschlags – eventuell schon bereits bei einer Terrorwarnung – zur Sperrung bestimmter Verkehrswege oder ganzer Stadtbezirke, kann dies Lieferverzögerungen oder sogar Betriebsunterbrechungen für ein Unternehmen zur Folge haben.

Verstärkt wird dieses zunehmende Unternehmensrisiko noch durch weltweit immer weiter verzweigte Lieferketten und die damit verbundene Abhängigkeit von einer Vielzahl an Zulieferern – eine Entwicklung, durch die sich auch ein Vorfall am anderen Ende der Welt auf die lokale Geschäftstätigkeit von Firmen massiv auswirken oder diese sogar zum Erliegen bringen kann. Solch eine Störung der regulären Geschäftstätigkeit kann für Unternehmen sogar weitaus schwerwiegender sein als ein potenzieller Sachschaden.

Es ist ein Plan B vonnöten

Sofern am Markt kein adäquater und schneller Ersatz existiert, ist jedes Glied in der Lieferkette systemrelevant. Angesichts dessen und nicht zuletzt auch aufgrund der im Zuge der Lieferantenbündelung zunehmenden Abhängigkeit von wenigen oder sogar nur einem Lieferanten können Störungen zum echten Problem werden. Denn fällt nur ein einzelner Zulieferer aus, können direkte finanzielle Verluste – als unmittelbare Konsequenz dadurch erfolgter Betriebsunterbrechungen – oder Marktanteilverluste infolge eines entstandenen Imageschadens, etwa bedingt durch negative Auswirkungen auf die eigene Lieferzuverlässigkeit, drohen. Das Schadenpotenzial ist also enorm, Terrorismus und politische Gewalt gestalten sich damit als erstzunehmendes Unternehmensrisiko.

Viele hochspezialisierte Zulieferer sind meist Teil gleich mehrerer Lieferketten, wodurch sich das systematische Risiko für Unternehmen weiter erhöht. Dennoch reagieren viele Firmen auf die Gefahr erst, wenn es bereits zur Störung

gekommen ist und sich die Auswirkungen wie beispielsweise Lieferengpässe und daraus resultierende Betriebsunterbrechungen kaum noch verhindern lassen. Dies mag überraschen, lassen sich Ausfälle schließlich häufig nur schwer kompensieren, vor allem wenn betroffene Unternehmen nicht sofort reagieren und auf eine entsprechende Alternativlösung zurückgreifen können. Potenzielle Risiken frühzeitig zu identifizieren, zu bewerten und entsprechend zu handhaben, erweist sich daher als entscheidender Faktor. Nur so sind Unternehmen auch im Falle einer Störung dazu in der Lage, ihren regulären Geschäftsbetrieb – so wenig beeinträchtigt wie möglich – weiterhin aufrechtzuerhalten.

Unwissenheit schützt die Unternehmen nicht vor der Strafe

Angesichts des enormen wirtschaftlichen Schadenpotenzials sehen viele Unternehmen Terror meist noch klassisch als reines Sachrisiko. Eines darf jedoch hierbei nicht in Vergessenheit geraten: Die Risikoart stellt vor allem auch für die öffentliche Sicherheit eine Gefahr dar. Personen können bei Terroranschlägen oder sozialen Unruhen unerwartet in Gefahr geraten, dabei verletzt werden oder sogar zu Tode kommen – ein Risiko, mit dem sich Unternehmen im Zuge ihrer Fürsorgepflicht auseinandersetzen müssen, gerade auch wenn es um ihre ins Ausland entsandten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geht.

Vielen Firmen scheint allerdings noch nicht bewusst zu sein, dass sich durch das Interagieren von Terror- und Dienstreiserisiken ganz neue Herausforderungen und Gefahrensituationen ergeben können. Verfügen sie jedoch über kein angemessenes Risikobewusstsein, können sie die Sicherheit ihrer ins Ausland gesandten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter versehentlich gefährden – wenn Risiken unterschätzt werden oder keine lückenlose Absicherung des Dienstreisenden gewährleistet werden kann. Gerade im Hinblick auf die Gefahr durch Terror und politische Gewalt kann dies leicht passieren, schließlich handelt es sich dabei um eine überaus komplexe Risikoart, die viele noch nicht adäquat zu handhaben wissen. Dennoch gilt auch hier: Unwissenheit schützt vor

Strafe nicht. Kommen Unternehmen ihrer Fürsorgepflicht, ihre Geschäftsreisenden zu schützen, nicht vollumfänglich nach, könnte dies im Falle eines Schadens als Vernachlässigung ihrer Unternehmenspflicht angesehen und sie in Haftung genommen werden.

Risikosituation erfassen

Leib, Leben und Vermögen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern schützen – diese Fürsorgepflicht von Unternehmen gilt nicht nur hierzulande, sondern ebenso für das Ausland und erstreckt sich damit auch auf Schäden durch terroristische Attentate, Ereignisse politisch motivierter Gewalt sowie politische Risiken. Dies erfordert bestimmte Vorsichts- bzw. Schutzmaßnahmen, und so müssen sich Unternehmen verstärkt fragen, was sie tun können, um ihre Geschäftsreisenden zu schützen und somit auch ihren Pflichten als Arbeitgeber nachzukommen.

Gut durchdachte Sicherheitskonzepte sind hierbei das A und O, ein professionelles Risk Management für Dienstreisen damit unerlässlich. Um ebenfalls einen lückenlosen Versicherungsschutz ihrer Dienstreisenden gewährleisten zu können, müssen Unternehmen auf bestimmte Besonderheiten achten, speziell inwiefern die Deckung generell Terror ein- oder ausschließt. Beispielsweise bei Terroranschlägen in Zusammenhang mit Bürgerkriegen ergeben sich nämlich zusätzliche Spezifika: Oftmals sehen Standardklauseln in Unfall- bzw. Personenversicherungen einen Kriegsausschluss vor, wenn Arbeitnehmer in ein bereits vor Reiseantritt gefährdetes Land reisen. Der Ausschluss würde sich auch auf Terroranschläge in jener Region erstrecken, die Dienstreisenden wären damit nicht abgesichert. Auf dem Markt existieren diesbezüglich eine Reihe von Regelungen, und so ist es entscheidend, den exakten Inhalt jeglicher Klauseln zu prüfen bzw. diese mit den individuellen Bedürfnissen abzugleichen, um den dienstreisenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch tatsächlich einen adäquaten, umfassenden Schutz bieten zu können. ■

Um ebenfalls einen lückenlosen Versicherungsschutz ihrer Dienstreisenden gewährleisten zu können, müssen Unternehmen auf bestimmte Besonderheiten achten.

Von Peter Brink,
Property Underwriting Manager Germany,
Segment Leader Global Accounts, Chubb, Frankfurt





Was ist das eigentlich?

Cyber Risiken verständlich erklärt

Es wird viel über Cyber Risiken gesprochen. Oftmals fehlt aber das grundsätzliche Verständnis, was Cyber Risiken überhaupt sind. Ohne diese zu verstehen, lässt sich aber auch kein Versicherungsschutz gestalten. Die Basler Versicherungen haben zur Unterstützung an dieser Stelle eine Checkliste entwickelt.

Beinahe alle Aktivitäten des täglichen Lebens können heute über das Internet abgewickelt werden. Online-Shopping und Online-Banking sind im Alltag angekommen. Diese Entwicklung trifft längst nicht nur auf Privatleute, sondern auch auf Firmen zu. Das Schlagwort Industrie 4.0 verheißt bereits eine zunehmende Vernetzung diverser geschäftlicher Vorgänge über das Internet.

Als Anbieter von Cyberversicherungen für kleinere und mittelständische Unternehmen (KMU) haben die Basler Versicherungen die Erfahrung gemacht, dass trotz dieser eindeutigen Entwicklung Cyber Risiken immer noch unterschätzt werden, da sie als etwas Abstraktes wahrgenommen werden. Für KMU kann dies ein gefährlicher Trugschluss sein, da gerade hier Cyberattacken existenzbedrohende Ausmaße annehmen können. So wird noch häufig gefragt, was Cyber Risiken eigentlich sind. Diese Frage ist mehr als verständlich, denn ohne (Cyber-)Risiken bestünde auch kein Bedarf für eine (Cyber-)Versicherung.

Warum sind Cyber Risiken so schwer greifbar?

Als mehr oder weniger neuartiges Phänomen stellen Cyber Risiken Unternehmen und Versicherer vor besondere Herausforderungen. Nicht nur die neuen Schadensszenarien sind abstrakter oder noch nicht bekannt. Häufig sind immaterielle Werte durch Cyber Risiken in Gefahr. Diese

wertvollen Vermögensgegenstände sind schwer bewertbar.

Obwohl die Gefahr durchaus wahrgenommen wird, unterschätzen viele Firmen ihr eigenes Risiko. Dies liegt unter anderem auch an den Veröffentlichungen zu Cyber Risiken. In der Presse finden sich unzählige Berichte von Cyberattacken auf namhafte und große Unternehmen. Den Weg in die Presse finden eben nur die spektakulären Fälle. Die dort genannten Schadensszenarien werden dann für das eigene Unternehmen als unrealistisch eingestuft. Die für die KMU nicht minder gefährlichen Cyberattacken werden nur selten publiziert.

Aufgrund der fehlenden öffentlichen Meldungen von Sicherheitsvorfällen an Sicherheitsbehörden und wegen der fehlenden Presseberichte fällt es schwer, Fakten und Zahlen zur Risikolage zu erheben. Aber ohne diese Grundlage fällt es schwer, in entsprechende Sicherheitsmaßnahmen zu investieren.

Erklärungsleitfaden anhand eines Ursache-Wirkungs-Modells

Häufig nähert man sich dem Thema Cyber Risiko anlass- oder eventbezogen, also wenn sich neue Schadensszenarien wie die weltweite WannaCry-Attacke entwickeln. Häufig wird auch aktorsgebunden beleuchtet, wer Angreifer oder Opfer sein kann. Dadurch begrenzt man sich bei dem Thema häufig zu sehr nur auf die Cyberkriminalität. Um dem Thema Cyber Risiko jedoch



Von Sören Brokamp, Geschäftsfeldspezialist
Haftpflicht bei den Basler Versicherungen

gerecht zu werden, müssen auch weitere Ursachen hinzugezogen werden.

Mit einer Kategorisierung kann das Thema ganzheitlich und nachvollziehbar strukturiert werden. Ebenso hilft eine solche Kategorisierung dabei, eine Abgrenzung vorzunehmen, für welche Gefahren Versicherungsschutz über eine etwaige Cyberversicherung besteht und für welche nicht.

Die Universität St. Gallen hat in ihrer Studie „Cyber Risk: Risikomanagement und Versicherbarkeit“ ein leicht nachvollziehbares Ursache-Wirkungs-Modell für Cyberrisiken aufgestellt.

Ursache-Wirkungs-Modell für Cyberrisiken

I. Nicht kriminelle Ursachen	Erläuterungen und Beispiele
Höhere Gewalt	Stromausfall, Brand, Überschwemmung, Sturm
Technisches Versagen	Hardware-Versagen, Software-Fehler
Menschliches Versagen	Verehentliches Veröffentlichen von Informationen
II. Kriminelle Ursachen	Erläuterungen und Beispiele
Physischer Angriff	Physischer Datendiebstahl
Hackerangriff	DoS-Attacken, Malware, Keylogger
Erpressung	Ransomware, Drohung über Veröffentlichung/Verkauf von Daten/Informationen

Mit dem Ursache-Wirkungs-Modell der Universität St. Gallen erhält man einen schnellen Überblick über Cyberrisiken und deren Definition.

Quelle: Studie „Cyber Risk: Risikomanagement und Versicherbarkeit“ der Universität St. Gallen

Die Ursachen sind dabei die Risiken, während finanzielle bzw. nicht finanzielle Verluste die Wirkungen sind. Cyberrisiken werden demnach in zwei Hauptursachen eingeteilt. Auf der einen Seite sind die nicht kriminellen Ursachen und auf der anderen Seite die kriminellen Ursachen zu nennen. Beide Ursachen können dabei in drei Untergruppen unterteilt werden.

Nicht kriminelle Ursachen

Höhere Gewalt

Häufig hat man bei dem Thema Cyberrisiko nur die kriminellen Ursachen vor Augen. Aber auch höhere Gewalt kann zu einem empfindlichen Datenverlust führen oder zumindest die Verfügbarkeit von Daten einschränken, indem Rechenzentren durch Naturkatastrophen wie beispielsweise Überschwemmungen oder Erdbeben zerstört werden. Ebenso sind Stromausfälle denkbar.

Menschliches Versagen/Fehlverhalten

Als Cyberrisiken sind auch unbeabsichtigtes und menschliches Fehlverhalten denkbar. Hierunter könnte das versehentliche Veröffentlichen von sensiblen Informationen fallen. Möglich sind eine falsche Adressierung, Wahl einer falschen Faxnummer oder das Hochladen sensibler Daten auf einen öffentlichen Bereich der Homepage.

Technisches Versagen

Auch Hardwaredefekte können zu einem herben Datenverlust führen. Neben einem Überhitzen von Rechnern sind Kurzschlüsse in Systemtechnik oder sogenannte Headcrashes von Festplatten denkbare Szenarien.

Kriminelle Ursachen

Hackerangriffe

Hackerangriffe oder Cyberattacken sind in der Regel die Szenarien, die die Presse dominieren. Häufig wird von spektakulären Datendiebstählen auf große Firmen oder von weltweiten Angriffen mit sogenannten Kryptotrojanern berichtet. Opfer kann am Ende aber jeder werden. Ziele, Methoden und auch das Interesse sind vielfältig. Neben dem finanziellen Interesse können Hackerangriffe auch zur Spionage oder Sabotage eingesetzt werden. Mögliche Hackermethoden sind unter anderem: Social Engineering, Trojaner, DoS-Attacken oder Viren.

Physischer Angriff

Die Zielsetzung eines physischen Angriffs ist ähnlich dem eines Hackerangriffs. Dabei wird nicht auf die Tools eines Hackerangriffs zurückgegriffen, sondern durch das physische Eindringen in Unternehmensgebäude das Ziel erreicht. Häufig sind es Mitarbeiter, die vertrauliche Informationen stehlen, da sie bereits den notwendigen Zugang zu den Daten besitzen.

Erpressung

Obwohl die Erpressung aufgrund der eingesetzten Methoden auch als Hackerangriff gewertet werden könnte, ergibt eine Differenzierung Sinn. Erpressungsfälle durch Kryptotrojaner sind eines der häufigsten Schadensszenarien für kleinere und mittelständische Unternehmen. Außerdem sind auch Erpressungsfälle denkbar, bei denen sensible Daten gestohlen wurden und ein Lösegeld gefordert wird, damit sie nicht veröffentlicht oder weiterverkauft werden.

Eine Checkliste für die Beratung

Anhand des Ursache-Wirkungs-Modells können Cyberrisiken besser eingeordnet und erklärt werden. Häufig bleibt dennoch die Frage, ob man selbst von derartigen Risiken betroffen ist. Hierfür haben die Basler Versicherungen eine Checkliste erstellt. Diese kann unter www.basler.de/cyber abgerufen und für die eigene Firma oder im Gespräch mit dem Kunden verwendet werden. Sofern mindestens eine Frage negativ beantwortet wird, ist es sinnvoll, sich verschärft mit dem Thema Cyberrisiko auseinanderzusetzen. ■



„Mach's möglich“ – Versicherer mit sozialem Engagement

Canada Life Deutschland wurde 17 Jahre alt und rief anlässlich des Geburtstags die Spendenaktion „Mach's möglich“ ins Leben. Jeweils 1.700 Euro gehen an engagierte Vereine, die per Online-Voting gewählt wurden. Ein Verein kann sich als Finalsieger über 17.000 Euro freuen.

So einen Geburtstag gibt's nicht alle Tage: Dieses Jahr wurde Canada Life Deutschland 17 Jahre alt – die kanadische Mutter sogar 170. Doch statt die Korken knallen zu lassen, setzt der Versicherer auf soziales Engagement und hat die Spendenaktion „Mach's möglich“ ins Leben gerufen. Zu gewinnen gab es dabei in einem Online-Voting 16 mal 1.700 Euro für teilnehmende Vereine – der Finalsieger, der Tierschutz Halle e. V., konnte sich zusätzlich über 17.000 Euro freuen. Der Einzug ins Finale lohnte sich doppelt für die Finalisten, denn sie erhielten einen Sonderpreis für ihr Engagement: Unter ihnen wurden prozentual weitere 17.000 Euro vergeben!

Vereine erhalten Unterstützung von allen Seiten

Voting-Fieber bis zuletzt zeichnete die Spendenaktion des Versicherers aus: Bundesweit hatten sich die teilnehmenden Vereine, ihr gesamtes Umfeld und zahlreiche Geschäftspartner auf der Voting-Plattform von „Mach's möglich“ ein heißes Rennen geliefert. Das Ziel der Unterstützer war klar: Sie woll-

ten ihren favorisierten Verein und dessen gemeinnützige Arbeit mit ihrer Stimme im Rennen um die Siebtpremie weit nach vorne bringen.

Abgestimmt wurde während der Aktion in zwei Runden: Zunächst wurde in der ersten Runde in jedem Bundesland das Projekt, welches die meisten Stimmen auf sich vereinen konnte, mit 1.700 Euro belohnt. Das allein war für die Vereine schon ein großer Grund zum Feiern. Anschließend traten die Bundeslandsieger gegeneinander an. Und wieder wurde mit Enthusiasmus gevotet. Am 17.11.2017 stand dann schließlich der glückliche Finalsieger fest: Es ist der Tierschutz Halle e. V. Der Verein erhält damit nun 17.000 Euro für seine gemeinnützige Arbeit.

Nun bekommt der Tierschutz Halle e. V. sein Dach!

Der Tierschutz Halle e. V. setzt sich schon seit seiner Gründung 1990 für notleidende, misshandelte oder ausgesetzte Tiere in Halle und im Saalekreis ein. Um die Tiere bei sich aufnehmen und versorgen zu können, braucht der Verein entsprechend geeignete Räume. So entstand die Idee und das Projekt „Wir brauchen ein Dach!“:



Von Markus Drews,
Hauptbevollmächtigter Canada Life Deutschland

Markus Drews, Hauptbevollmächtigter Canada Life Deutschland

„Die breite bundesweite Teilnahme der Menschen an unserer Aktion hat mich ganz besonders gefreut. Denn es zeigt, dass vor Ort – in den Städten und Gemeinden – Engagement und Solidarität im Alltag viel bedeuten. Die Vereine machen sich aus freien Stücken für andere stark. Sie unterstützen Menschen oder Tiere, die Hilfe brauchen – und das, ohne Geld dafür zu bekommen, einfach um der guten Sache willen. Das findet meinen Respekt. Zudem danke ich allen Teilnehmern und auch allen Unterstützern und Votern fürs Mitmachen! Wir waren von dem Engagement sehr beeindruckt, daher haben wir unter den neben dem Tierschutz Halle e. V. verbliebenen Finalteilnehmern einen Sonderpreis vergeben und prozentual weitere 17.000 Euro verteilt.“

Die Vereine verstanden es, viele Unterstützer aus ihrem Umfeld für ihre Sache zu begeistern und zum Abstimmen zu motivieren. Dabei kamen alle Medien zum Einsatz. Genutzt wurden die sozialen Medien wie Facebook und Twitter wie auch die Lokalzeitungen. Beispielhaft für das überwältigende Feedback hierzu eine Rückmeldung von Matthias Albrecht vom Förderverein der KiTa „Starke Pänz“ e. V. in Erftstadt bei Köln: „Es ist ein spannender Wettbewerb und wir sind alle überrascht, wie viele Leute man für gute Aktionen gewinnen kann und wie sich dafür eingesetzt wird. Bei uns im Ort gibt es kaum ein anderes Gesprächsthema mehr.“

Versicherer mit sozialer Verantwortung

Canada Life ist bestrebt, ein Unternehmen mit starker sozialer Verantwortung zu sein. So ein Geburtstag ist eine gute Gelegenheit, etwas zurückzugeben, gerade für ein Traditionsunternehmen: Als Kanadas ältester Versicherer existiert das Unternehmen dort immerhin schon seit 170 Jahren. Für die Konzernmutter spielt soziales Engagement in den Kommunen ebenfalls eine große Rolle. Ganz in diesem Sinne erhalten mit der Spendenaktion „Mach's möglich“ nun auch andere etwas vom Geburtstagskuchen.

Versicherungsmakler halfen mit

Versicherungsmakler waren von Anfang an in die Spendenaktion eingebunden. Sie hatten regen Anteil daran, die Vereine auf den Canada-Life-Aufruf aufmerksam zu machen. Es ist schön, dass sie ihre Rolle als Vermittler auch auf sozialer Ebene sehen und sich hier einbringen. Ihr Engagement spricht für ihre Solidarität mit den Vereinen und den gemeinnützigen Projekten vor Ort. Canada Life Deutschland schickt deshalb an dieser Stelle auch noch einmal ein herzliches Dankeschön an die Geschäftspartner, die die Aktion so rege mitgetragen haben. ■

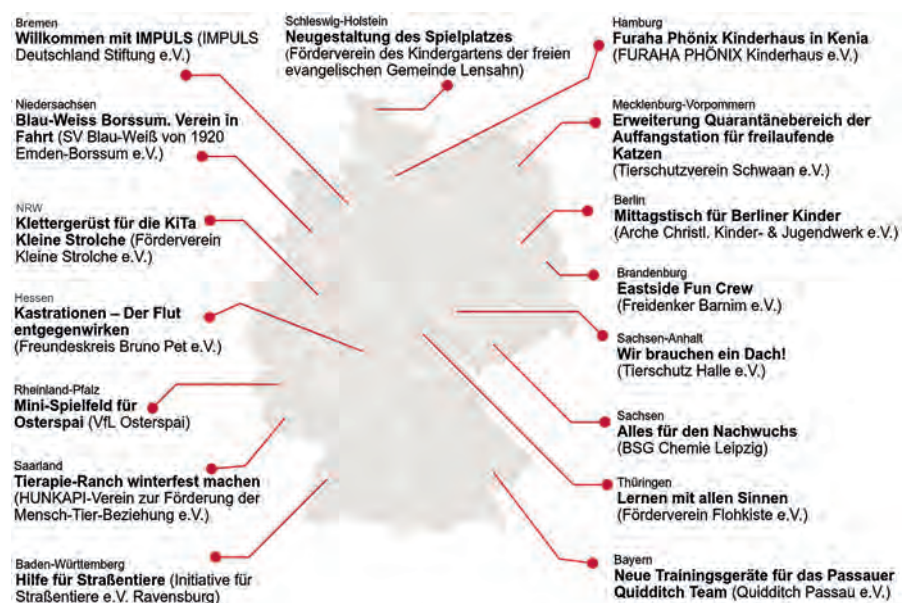
Auf dem Vereinsgrundstück des Tierschutzvereins befindet sich ein sanierungsbedürftiger Turm – und hier muss die obere Etage mit einem neuen Dach versehen werden. Dort leben zur Zeit auf der Straße geborene Kätzchen, die man ohne die Quarantäne nicht beherbergen könnte.

Der Verein kümmert sich aber beispielsweise auch um überwachte Futterplätze und Kastrationen, damit sich das Elend der Straßenkatzen in der Region nicht weiter verschlimmert. Zusätzlich widmet sich der Tierschutz Halle e.V. auch der Bildungsarbeit. Der Verein lehrt Kinder und Jugendliche unter anderem den respektvollen Umgang mit Tieren, das Akzeptieren von Grenzen und fördert gleichermaßen die Entwicklung von Mitgefühl und Toleranz.

Viel Einsatz und große Vielfalt: Die Bundeslandsieger

Schon die Wahl der Bundeslandsieger verlief mehr als spannend: Beworben hatten sich bei der Spendenaktion insgesamt 143 Vereine. Ihre Projekte deckten eine sehr große Bandbreite sozialen Engagements ab: Es reichte vom Schulbauprojekt in Kenia bis zur Unterstützung der Rettungshundestaffel in Hamburg.

Die 16 Bundeslandgewinner der Spendenaktion



Abgestimmt wurde in zwei Runden: In jedem Bundesland hat Canada Life in der ersten Runde das Projekt mit 1.700 Euro belohnt, welches die meisten Stimmen auf sich vereinen konnte.

Quelle: Canada Life



Altersvorsorge – Ein Update

Es tut sich viel in der Altersvorsorge inmitten der Run-off-Diskussion und Niedrigzinsphase. Anfang 2018 tritt das Betriebsrentenstärkungsgesetz in Kraft und eröffnet eine neue bAV-Welt. Änderungen gibt es auch bei der Riester-Förderung, die sich nach wie vor gegen viel Kritik behaupten muss. Zugleich wird über Alternativen wie eine Deutschlandrente diskutiert und mit PEPP der Entwurf einer Europarente präsentiert.

Ab dem Jahr 2018 werden die Renten in Ost und West gleich sein. Trotz angekündigter Rentenerhöhungen steht außer Frage, dass die gesetzliche Rente allein für kommende Generationen nicht mehr ausreichen wird, um im Alter über die Runden zu kommen. Angesichts der drohenden Rentenlücken ist Altersarmut nach wie vor eines der zentralen Themen. Dennoch sorgen zu wenige Menschen privat für ihr Alter vor. Wie die aktuelle Allensbach-Studie im Auftrag des Gesamtverbands der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) zeigt, rechnet gut ein Drittel der Altersgruppe zwischen 30 und 59 Jahren damit, den Gürtel im Alter enger schnallen zu müssen. Davon wiederum sagen 62%, nicht genügend finanziellen Spielraum zu haben, um mehr in die eigene Vorsorge zu investieren.

Vertrauensverlust durch Run-off-Diskussion

Die Ankündigung, dass Lebensversicherer Verträge verkaufen wollen, hat dem Image der Branche nicht gutgetan und das Vertrauen in die private Altersvorsorge geschwächt. Ob und wie die Politik, wie von der CDU gefordert, sogar regulatorisch eingreifen wird, bleibt abzuwarten. Für Vermittler wird die Altersvorsorgeberatung dadurch nicht leichter.

BRSg bringt neue bAV-Welt

Am 01.01.2018 tritt das Betriebsrentenstärkungsgesetz (BRSg) in Kraft, das die Betriebsrente vor allem auch in kleinen



© Andrey Baturenko / Fotolia.com

und mittleren Unternehmen weiter verbreiten und für Beschäftigte mit geringem Einkommen attraktiver machen soll. Das Gesetz bringt bessere steuerliche wie auch sozialversicherungsrechtliche Rahmenbedingungen für die bAV und das sogenannte „Sozialpartnermodell“ und eröffnet damit eine neue bAV-Welt.

Änderungen bei Riester

Während die Diskussion um die Riester-Rente nicht abreißt und manch einer gar ihre Abschaffung fordert, bessert der Staat nach: Ab 2018 wird die staatliche Grundzulage für Riester-Sparer von jährlich 154 Euro auf 175 Euro erhöht. Zudem wird die Anrechnung der Riester-Renten auf die Grundsicherung im Alter für geringe Renten abgeschafft. Ob sich das BRSG positiv auf den Vertrieb von Riester-Verträgen auswirken wird oder ein Boom folgt, bleibt abzuwarten.

Deutschlandrente als Alternative?

Vor etwa zwei Jahren hatten Politiker aus Hessen die Idee einer Deutschlandrente

vorgelegt. Diese Rente soll die Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge ergänzen. Riester-Produkte seien vor allem für Personen mit geringem Einkommen zu teuer, so die Begründung. Das Konzept sieht ein Opt-out-Prinzip vor, wonach alle Beschäftigten automatisch in einen Altersvorsorgevertrag einzahlen, solange sie sich nicht aktiv dagegen aussprechen oder sich noch nicht in ausreichendem Umfang über die betriebliche Altersvorsorge absichern. Für die neue Rente soll es mit dem „Deutschlandfonds“ einen staatlichen kapitalgedeckten Rentenfonds geben, der den gleichen Wettbewerbsbedingungen unterliegt wie private Rentenversicherungen.

Auch die Verbraucherzentralen drängen auf eine Neuausrichtung der Altersvorsorge und haben einen Vorschlag für ein nichtkommerzielles, vereinfachtes Basisprodukt vorgelegt. Dabei soll ein Non-Profit-Vorsorgefonds das umlagefinanzierte System der gesetzlichen Rentenversicherung um ein kapitalgedecktes System ergänzen. Das Produkt soll keine eigenen Gewinninteressen verfolgen und keine Abschluss- und Vertriebsfolgeprovisionen vorsehen. Das Konzept sieht außerdem vor, dass der Vorsorgefonds von öffentlicher Hand getragen wird. Zudem sei ein Opt-out-Verfahren sinnvoll.

In diesem Sonderthema beleuchten Branchenvertreter und Fachleute Wege der privaten Altersvorsorge mit und ohne Garantien sowie digitale Ansätze. Zudem geben einige Versicherer Einblicke, was sie sich im Bereich privater Altersvorsorge erwarten. ■

Die Europarente PEPP

Auch die EU-Kommission arbeitet an einem europaweiten Altersvorsorgeprodukt, dem Pan-European Personal Pension Product, kurz PEPP. Es soll die individuelle Altersvorsorge europaweit vereinheitlichen und voranbringen. Inzwischen wurde der Entwurf den Ländern zur Stellungnahme vorgelegt, der Bundesrat befasste sich mit dem Vorschlag. Die PEPPs sollen eine Ergänzung zu den nationalen Angeboten darstellen und sie nicht ersetzen. Ziel ist es, ein Vorsorgeprodukt zu schaffen, das Verbraucher beim Umzug in ein anderes Land problemlos mitnehmen können. Versicherer können bis zu fünf Anlageoptionen anbieten. Grundsätzlich begrüßt der Bundesrat den Entwurf, betrachtet aber verbraucherpolitische Aspekte als nicht ausreichend geregelt. So bestünde die Gefahr, dass Verbraucher EU-weiten Produkten blind vertrauen, weil sie sie für genormte Standardprodukte halten.

Sonderthema im Überblick

Um Bürger für Vorsorge zu gewinnen, braucht es kluge Beratungsansätze

Zukunftsmarkt private Altersvorsorge – Das erwarten die Versicherer

Nachgefragt bei ...

- ... Martin Gräfer, Versicherungsgruppe die Bayerische
- ... Ralf Berndt, Stuttgarter Lebensversicherung
- ... Dr. Jürgen Bierbaum, ALTE LEIPZIGER Lebensversicherung.
- ... Michael Bastian, Allianz Lebensversicherung / Private Krankenversicherung

Mission digitale Altersvorsorge: So will fairr.de Kunden überzeugen

Altersvorsorge oder Alter voll Sorge?

Warum schieben wir Themen wie auch die Altersvorsorge auf die lange Bank?



Um Bürger für Vorsorge zu gewinnen, braucht es kluge Beratungsansätze

Immer weniger Menschen sorgen für das Alter vor. Das zu ändern, sieht Altersvorsorge-Experte Frank Nobis als einen volkswirtschaftlichen Auftrag für die Versicherungsbranche. Nobis zeigt auf, dass mit der richtigen Strategie durchaus eine effektive Vorsorge möglich ist und sich der negative Trend stoppen lässt.

Ein Blick auf die GDV-Statistiken der letzten fünf Jahre zeigt es in aller Deutlichkeit: Die Absatzzahlen von Altersvorsorgeprodukten, insbesondere Riester, Rürup und klassische Rentenversicherungen, sind stark rückläufig. So hat sich seit 2012 die Zahl der Neuzugänge von Riester- und Basisrentenverträgen um über 40% reduziert. Und selbst die Anzahl der neu abgeschlossenen fondsgebundenen Rentenversicherungen in der Schicht 3 ist um 8% gesunken.

Woran mag das liegen? Zum einen führt die anhaltende Niedrigzinsphase zu sinkenden Renditen und zum Eindruck bei den Bürgern, dass sich Altersvorsorge nicht mehr lohnt. Zum anderen verfehlt die regelmäßige Negativpresse der letzten Jahre ihr Ziel

Vermittler tun sich immer schwerer, die Produkte zu erklären und auch Vergleiche der Produkte werden aufgrund der unterschiedlichen Hochrechnungen und Bedingungen immer schwieriger.

nicht. Die Verunsicherung der Verbraucher ist riesengroß. Wenn dann auch noch hochrangige Politiker die Riester-Rente diffamieren, ist es kein Wunder, dass 28% der Bürger überhaupt nichts mehr für das Alter ansparen. Eine Katastrophe, wenn man an die Auswirkungen in 20 oder 30 Jahren denkt. Dann wird das Thema Altersarmut tatsächlich auch Auswirkungen auf das Miteinander in unserer Gesellschaft haben.

Dagegen ist die aktuelle Armutsquote bei Rentnern ein paradiesischer Zustand. Zuletzt kommt ein hausgemachter Grund dazu, warum sich auch der Vertrieb in den letzten Jahren von der Sparte Leben abgewendet hat. Die Produktlandschaft in den letzten Jahren wurde immer komplexer. Vermittler tun sich immer schwerer, die Produkte zu erklären, und auch Vergleiche der Produkte werden aufgrund der unterschiedlichen Hochrechnungen und Bedingungen immer schwieriger.

Ist private Altersvorsorge out?

Doch ist die private Altersvorsorge deswegen etwa „out“ oder „unsexy“? Definitiv nicht! Sparen lohnt sich – auch bei niedrigen Zinsen. Und Sparen wird zunehmend lebensnotwendig. Gründe dafür sind das sinkende Rentenniveau und parallel dazu die längere Lebenserwartung und damit die längere durchschnittliche Rentenbezugsdauer. Im Jahr 1960 lag die Lebenserwartung eines 65-jährigen Neurentners in Deutschland bei 9,8 Jahren. Heute sind es schon 19 Jahre. Selbst wenn die Zinsen dauerhaft nahe bei 0% liegen, lohnt sich Sparen. Denn Sparen ist Konsumverzicht. Und nur so kann ein Kapitalstock aufgebaut werden. Wer in der Niedrigzinsphase spart, wird zum Rentenbeginn im schlechtesten Fall lediglich die eingezahlten Beiträge zur Verrentung haben. Wer gar nicht spart, wird auch gar nichts haben. Es kommt vielmehr darauf an, wie man für das Alter spart. Eine vorausschauende und clevere Vorsorgestrategie ist ausschlaggebend.



Von Frank Nobis, Geschäftsführer des Instituts für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP)

Mit der richtigen Strategie profitieren

Wichtigster Ansatzpunkt in Zeiten niedriger Zinsen ist, die Rendite über andere Faktoren zu hebeln. Das kann über zwei verschiedene Wege geschehen.

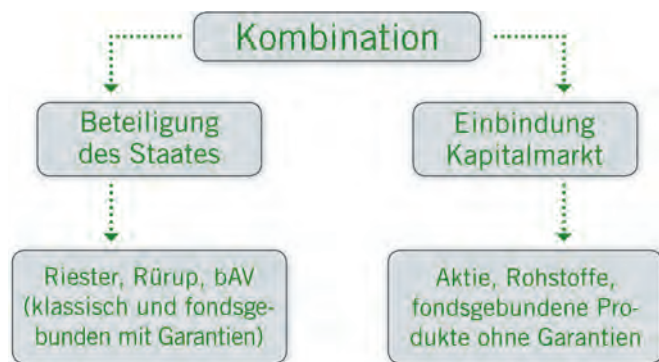
1. Staatliche Förderung nutzen

Man beteiligt den Staat an seiner Altersvorsorge und nutzt klug die Förderungen. Wenn der Staat die Zinsen niedrig hält, muss man den Staat auch an der Altersvorsorge beteiligen. Dies funktioniert über Riester und Rürup als auch über die betriebliche Altersversorgung ganz vorzüglich. Vor allem nach dem neuen Betriebsrentenstärkungsgesetz werden die staatlich geförderten Wege noch attraktiver.

2. Kapitalmärkte einbinden

Außerdem ist es heute zwingend erforderlich, die Kapitalmärkte einzubinden. Mit dem Sparbuch und konventionellen Sparverträgen ist heute keine Rendite mehr zu erzielen. Nach Inflation ist im Gegenteil sogar ein Verlust zu verzeichnen. Hätte man dagegen vor 20 Jahren 10.000 Euro in den Dax investiert, hätte man eine jährliche Rendite von fast 6% erzielt. Leider spart der Deutsche aber extrem sicherheitsorientiert. Der Monatsbericht März 2017 der Deutschen Bundesbank zeigt, dass über 2,2 Bio. Euro in Zinsprodukten wie Spareinlagen, Sparbriefen oder Termineinlagen investiert werden.

Intelligente Altersvorsorgestrategie für mehr Rendite



Quelle: Institut für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP)

Geringere Beitragsgarantien

Die Versicherer haben die Notwendigkeit erkannt, in Zeiten niedriger Zinsen andere Wege zu gehen, und stellten die Weichen in der Produktentwicklung. In den letzten fünf Jahren sind etwas mehr als die Hälfte der klassischen Rentenversicherungen vom Markt verschwunden. Nur noch 22 Versicherer haben diese im Angebot. Der Trend geht zu fondsgebundenen Produkten mit variablen Garantie-Niveaus. Das Ziel ist, vermehrt Produkte mit geringerer Beitragsgarantie anzubieten. Denn vor allem diese Produkte bieten die Chance auf höhere Renditen.

Das Problem: Die Deutschen bevorzugen Sicherheit und sind risikoscheu. Es gilt, den tief verwurzelten Glauben an hohe Garantien durch Schulungen abzulegen. Gerade jetzt ist eine umfassende und qualitativ hochwertige Beratung in Form einer gewissenhaften Bestandsaufnahme und einer guten Analyse des

Bedarfs von großer Bedeutung. Gleichzeitig ist es auch eine Chance für die Berater. Sie können die veränderten Risiken von Zinsprodukten erklären und mithilfe der neuen Produkte die Vorteile einer kapitalmarktorientierten Altersvorsorge hervorheben. So kann den Verbrauchern ein Ausweg aus dem Dilemma der Nullzinsen aufgezeigt werden.

Makler brauchen Know-how und optimierte Prozesse

Die Vertriebsmannschaften müssen auf die neuen Produkte geschult und trainiert werden und auch die Beratungstechnik muss auf den Verkauf von kapitalmarktorientierten Lösungen ausgerichtet werden. Das IVFP sieht seine Kompetenz in der Begleitung von Versicherern und Vertriebsorganisationen und bietet über den Geschäftsbereich Akademie Verkaufstrainings an. Zudem ist das Institut Ansprechpartner für maßgeschneiderte Softwarelösungen und unterstützt die Kunden im Bereich der Digitalisierung bei der Optimierung ihrer Prozesse. Apps und Beratungstools helfen, komplexe Themen aus dem Finanz- und Vorsorgebereich einfach und verständlich darzustellen. Der Geschäftsbereich Rating bietet den Verbrauchern eine Orientierungshilfe im Dschungel der Vorsorgeprodukte.

Fazit

Durch den sinkenden Absatz von Altersvorsorgeprodukten und populistischen, unsachgemäßen Aussagen von Politikern und angeblichen Experten sparen 28% der Bundesbürger überhaupt nicht für ihr Alter. Viele andere haben ihre Altersvorsorge reduziert. Dadurch rutschen immer mehr Menschen in die Altersarmut. Auf lange Sicht belastet das Deutschland.

Die Versicherer und Berater haben gerade jetzt den volkswirtschaftlichen Auftrag, die Bürger über die Notwendigkeit einer privaten Altersvorsorge aufzuklären und durch kompetente Beratung und attraktive Produkte Lösungen aus der Niedrigzinsfalle aufzuzeigen. Nur wer sein Sparverhalten überdenkt und bereit ist, mehr Ausgewogenheit durch Risikostreuung in seine Geldanlage zu bringen, wird sein Vermögen mehren und damit seinen Wohlstand sichern können. ■



Zukunftsmarkt private Altersvorsorge – Das erwarten die Versicherer

Run-off, LVRG-Evaluierung, eine neue Regierung – es tut sich viel im Bereich der privaten Altersvorsorge. Doch wie beurteilen Versicherer die Entwicklung? Einige Anbieter geben Einblicke, auf welche Produkte sie setzen, was das kommende Jahr bringen wird und welchen Stellenwert sie der privaten Altersvorsorge im Maklergeschäft beimessen.

Nachgefragt bei Martin Gräfer, Vorstand der Versicherungsgruppe die Bayerische



Welche Produkte spielen im Bereich private Altersvorsorge im Moment die größte Rolle?

In unserer derzeitigen Niedrigzinsphase ist es äußerst schwierig, gute Renditen zu erzielen. Aus diesem Grund sehe ich in staatlich geförderten Altersvorsorgeprodukten wie der Riester-Rente aufgrund ihrer Zuschüsse enormes Potenzial. Mit kaum einer anderen Rentenansparform erhält man eine höhere Rendite. Auch innovative Produkte, die intelligent für mehr Ertrag sorgen, sind zukunftsweisend. Ein Beispiel hierfür ist unsere Plusrente, mit der Kunden durch alltägliches Online-Shopping Cashback für ihre Rente sammeln können. Und das ganz nebenbei. Die Plusrente gibt es auch als Modell Riester und bAV.

Pangaea Life, die neue Tochter der Bayerischen, bietet eine nachhaltige Investmentrente. Welche Kunden wollen Sie damit ansprechen?

Die Pangaea Life Investmentrente ist eine fondsgebundene Rentenversicherung, die die Erträge nachhaltiger Sachwertanlagen mit den Vorteilen einer lebenslangen Rente kombiniert. Mit diesem Angebot richten wir uns an nachhaltig orientierte Menschen, die trotzdem nicht auf eine gute Rendite verzichten möchten. Diesem Personenkreis ist es wichtig, dass ihre Gelder konsequent in Anlageprojekte investiert werden, die ökologisch vertretbare Energie erzeugen, zukunftsorientierte Technologien verwenden und gute Chancen auf kontinuierliche Erträge bieten.

Geht der Trend hin zu nachhaltiger Altersvorsorge?

Definitiv ja. Aktuelle Studien zeigen, dass ökologisches Handeln für immer mehr Menschen wichtig ist. Das hatte seinen

Anfang bei Konsumprodukten wie Lebensmitteln oder Kleidung. Hier achten viele Verbraucher schon seit geraumer Zeit darauf, dass diese unter Beachtung von ökologischen und sozialen Standards hergestellt werden. Das weitet sich kontinuierlich aus und findet sich inzwischen auch im zunehmend wachsenden Wunsch nach nachhaltigen Versicherungen wieder.

Was erwarten Sie 2018 – auch vor dem Hintergrund einer neuen Regierung, Run-offs und LVRG-Evaluierung – im Bereich privater Altersvorsorge?

Die Politik muss sich noch mehr auf das einlassen, was die Bürger wirklich bewegt. Die Unsicherheiten sowohl in Deutschland selbst als auch in Europa und in der Welt wachsen sehr rasch. Hier gilt es, mutig die Themen anzugehen, die verändert werden müssen. An die Politik habe ich den Wunsch, hier mehr zu gestalten und weniger zu formalisieren.

Wir haben keine „dummen Verbraucher“, die vor allem und jedem und am besten vor sich selbst geschützt werden müssen. Die Politik soll den Menschen die Chance geben, für sich und andere wieder selbst Verantwortung zu übernehmen. ■

Nachgefragt bei Ralf Berndt, Vorstand Vertrieb und Marketing der Stuttgarter Lebensversicherung a.G.

Sie haben auf die Niedrigzinsphase mit der Einführung verschiedener neuer Produkte reagiert. Welche Produkttypen stehen dabei aktuell im Vordergrund?

Das ist richtig. Um den Menschen auch im aktuellen Niedrigzinsumfeld eine verlässliche Altersvorsorge zu ermöglichen, haben wir in den vergangenen Jahren unsere Vorsorgelösungen stetig weiterentwickelt. Aktuell stehen bei uns Produkte im Vordergrund, die unseren Kunden Renditechancen und Sicherheit gleichermaßen bieten: unser Drei-Topf-Hybrid „performance-safe“ und unsere Indexrente „index-safe“. Die Nachfrage der Kunden nach diesen Vorsorgelösungen ist sehr groß und steigt kontinuierlich. Der Anteil beider Produkte am Neugeschäft ist bis einschließlich September 2017 auf rund 56% gestiegen.

Wie nehmen Sie den Stellenwert der privaten Altersvorsorge auf Maklerseite wahr?

Die öffentlichen Debatten rund um Rente und Altersvorsorge reißen nicht ab. Das überrascht nicht, wenn man sich die demografische Entwicklung der Gesellschaft vor Augen führt. Die sozialen Sicherungssysteme werden bald an ihre Grenzen stoßen. Heute reicht die gesetzliche Rente nur zur Existenzsicherung.

Will man seinen Lebensstandard im Alter halten, muss man zusätzliche Vorsorge betreiben. Das beschäftigt die Menschen sehr. Insofern bleibt aus unserer Sicht der Stellenwert der privaten Altersvorsorge auf Maklerseite hoch. Und der Beratungsbedarf auf Kundenseite ist es auch.

Sie versuchen auch immer wieder, jüngere Generationen für die Altersvorsorge zu erreichen. Gelingt das und wie?

Wir erreichen jüngere Generationen, indem wir sie dort ansprechen, wo wir sie finden, mit Themen, die sie betreffen.

Wenn man junge Menschen so adressiert, dass sie sich angesprochen fühlen, gelingt es auch, sie für die Notwendigkeit ergänzender privater Altersvorsorge zu sensibilisieren. Hier müssen wir zum einen mit Fakten aufklären, zum anderen einen emotionalen Zugang finden. Mit unserem Projekt „Brief an mein jüngeres Ich“ im Rahmen unserer „Initiative gegen Altersarmut“ ist uns diese Mischung sehr gut gelungen. Hier zeigen wir die Realität von Altersarmut am Beispiel von vier echten Rentnerinnen und Rentnern. Die Ruheständler aus verschiedenen Regionen Deutschlands hatten sich bereit erklärt, einen Brief an ihr „jüngeres Ich“ zu schreiben. Dies haben wir in Texten, Bildern und Videos dokumentiert und anschließend über Social-Media-Kanäle kommuniziert.



Die sehr persönlichen und ehrlichen Zeitdokumente zeigen, dass das Leben der porträtierten Rentner im Alter anders ist, als sie es sich als junger Mensch vorgestellt haben. Die Kampagne kam gerade bei jüngeren Menschen sehr gut an. Dies hat uns gezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Was erwarten Sie 2018 – auch vor dem Hintergrund von neuer Regierung, Run-offs und LVRG-Evaluierung – im Bereich privater Altersvorsorge?

Neben den nach wie vor historisch niedrigen Zinsen wird kommendes Jahr vor allem die EU-Vertriebsrichtlinie „Insurance Distribution Directive“ (IDD) den Alltag der Versicherungsbranche prägen.

Daneben werden wir uns aber auch mit weiteren Themen beschäftigen, etwa mit der voranschreitenden Digitalisierung oder mit

den Belastungen durch die Zinszusatzreserve. Ungeachtet dessen sind wir davon überzeugt, dass die private Lebens- und Rentenversicherung ein Wachstumsmarkt bleibt.

Zum Thema Run-off beziehen wir klar Stellung. Wir schließen den Verkauf unserer Lebensversicherungsbestände aus. Und weiter noch: Wir wollen unser erfolgreiches Neugeschäft ausbauen. Denn eines ist klar: Die gesetzliche Absicherung reicht nicht aus, um den erreichten Lebensstandard im Alter zu halten. ■

„Zum Thema Run-off beziehen wir klar Stellung. Wir schließen den Verkauf unserer Lebensversicherungsbestände aus. [...] Wir wollen unser erfolgreiches Neugeschäft ausbauen.“

Nachgefragt bei Dr. Jürgen Bierbaum, Vorstand ALTE LEIPZIGER Lebensversicherung a.G.



Die ALTE LEIPZIGER bietet auch die klassische Lebensversicherung weiter an. Welche Rolle spielt sie noch im großen Portfolio der Altersvorsorgeprodukte?

Entscheidend ist für uns der Kundenwunsch. Aus diesem Grund haben wir moderne Rentenversicherungen mit modifizierten klassischen Garantiekonzepten entwickelt, die eine höhere Flexibilität in der Kapitalanlage erlauben. Bei der neuen Rentenversicherung AL_RENTE^{Flex} sind Sicherheit und Ertragschancen in einem Vertrag kombiniert: Der Kunde entscheidet, wie viel seines Beitrags in das Sicherungsvermögen der ALTE LEIPZIGER mit einer garantierten Verzinsung investiert werden soll. Der restliche Beitrag wird in die vom Kunden gewählten Fonds eingezahlt. Die Aufteilung seiner Beiträge kann der Kunde jederzeit ändern.

Seit Juni ist unsere AL_RENTE^{KlassikPur} auf dem Markt. Hier erfolgt die Anlage ausschließlich in unserem klassischen Sicherungsvermögen. Dabei sprechen die sehr gute Finanzstärke, das hohe Eigenkapital und sichere Kapitalanlagen für die ALTE LEIPZIGER.

Welche Zielgruppen erreichen Sie mit AL_RENTE^{Flex} und AL_RENTE^{KlassikPur} und wie ist die Resonanz?

Mit der AL_RENTE^{Flex} wenden wir uns an Kunden, denen Sicherheit und Garantien wichtig sind, die aber gleichzeitig von den Chancen des Aktienmarkts profitieren wollen. Mit der Basisrente AL_RENTE^{Flex} ist diese Variante auch für Kunden interessant, die eine steueroptimierte Altersvorsorge suchen.

Die AL_RENTE^{KlassikPur} ist besonders für Kunden mit ausgeprägtem Sicherheitsbedürfnis interessant, die ihre Altersvorsorge nicht vom Auf und Ab der Börse abhängig machen wollen. Der Verkauf der neuen Produkte hat sich seit Einführung Anfang dieses Jahres sehr gut entwickelt und lässt eine nachhaltig erfolgreiche Positionierung am Altersvorsorgemarkt erwarten.

Wie nehmen Sie den Stellenwert der privaten Altersvorsorge auf Maklerseite wahr?

Aus unserer Sicht hat die private Altersvorsorge nach wie vor einen hohen Stellenwert bei Maklern. Das können wir auch an der starken Resonanz auf unsere Roadshows und Veranstaltungen zur privaten Altersvorsorge erkennen. Wie wichtig private Altersvorsorge ist, zeigen auch die sehr guten Verkaufszahlen unseres neuen Produktes AL_RENTE^{Flex}, das wir als private Rente und Basisrente anbieten.

„Die Rentenlücken werden größer. [...] Deshalb wird die private Altersvorsorge zukünftig noch wichtiger werden, um den Lebensstandard zu sichern.“

Auch wenn die betriebliche Altersvorsorge durch das Betriebsrentenstärkungsgesetz attraktiver wird, nutzen viele Arbeitnehmer – neben der bAV – die private Rente als flexiblen Zusatzbaustein. Die Basisrente wird für die Zielgruppe der Selbstständigen und Gutverdiener immer attraktiver. Leider erschwert die 100%-Beitragsgarantie bei der Riester-Rente in der derzeitigen Niedrigzinsphase ein differenzierteres Produktangebot. Wir würden uns freuen, wenn der Gesetzgeber hier nachbesserte.

Gleichzeitig kommen auf die Vermittler 2018 mit der IDD zahlreiche neue Regelungen für die Kundenberatung zu. Wir werden sie kompetent dabei unterstützen, damit die Umstellung auf das geänderte Beratungsumfeld erleichtert wird.

Was erwarten Sie 2018 – auch vor dem Hintergrund einer neuen Regierung, Run-offs und LVRG-Evaluierung – im Bereich privater Altersvorsorge?

Die Rentenlücken werden größer – an der demografischen Entwicklung kann auch eine neue Regierung nichts ändern. Deshalb wird die private Altersvorsorge zukünftig noch wichtiger werden, um den Lebensstandard zu sichern. Wenn Vermittler ihren Kunden einen Versicherer empfehlen möchten, der die Verträge in seinem Bestand langfristig führt, empfiehlt sich die ALTE LEIPZIGER. Wir erwarten, dass diese Situation zu einer stärkeren Fokussierung auf weniger Anbieter führt. Die Ergebnisse einer LVRG-Evaluierung bleiben abzuwarten. Die ALTE LEIPZIGER Leben hat die Anforderungen bereits umgesetzt. ■

Nachgefragt bei Michael Bastian, Fachbereichsleiter Maklerzentralbereich bei der Allianz Lebensversicherung und Allianz Private Krankenversicherung

Die Allianz profitiert auf dem Altersvorsorgemarkt von ihrer Größe und Finanzstärke. Hält der Boom an?

Eine Lebens- und Rentenversicherung ist ein langfristiger Vertrag zwischen einem Versicherer und dem Kunden und basiert in erster Linie auf Vertrauen. Und die Kunden haben Vertrauen in die Allianz. Durch unsere Innovationskraft, unsere Kosteneffizienz, unsere Finanzstärke und unsere zukunftsweisenden Kapitalanlagen gelingt es uns, auch künftig attraktive Werte für die Vorsorge unserer Kunden zu schaffen. Für neue Kunden und auch für Bestandskunden. Das ist uns wichtig. Ich bin überzeugt, dass die Altersvorsorge ein Wachstumsmarkt für Anbieter bleibt, die mit den richtigen Lösungen Vermittler und Kunden überzeugen.

Sie haben festgestellt, dass Kunden auch bei Ihren modernen Produkten häufig einen 100%-igen Beitragserhalt wählen. Ist das eine gute Wahl unter den aktuellen Rahmenbedingungen?

Zunächst: Wir haben bereits vor mehr als zehn Jahren begonnen, neue Vorsorgekonzepte anzubieten, die den Bedarf unserer Kunden im Niedrigzinsumfeld konsequent in den Mittelpunkt stellen. Die Menschen erwarten in Deutschland attraktive Renditen und zugleich die Sicherheit ihrer Altersvorsorge. Wir bieten beides. Drei von vier Kunden entscheiden sich bei unserem sehr chancenorientierten Vorsorgekonzept „InvestFlex“ – einer fondsgebundenen Rentenversicherung, bei der 0, 60, 80 oder 100% Beitragserhalt zum Ende der Ansparphase frei wählbar sind – für die Variante mit 100% Beitragserhalt. Mit „InvestFlex“ partizipieren sie aber auch an den Renditechancen der Kapitalmärkte. Das kommt bei unseren Kunden an und ist eine gute Wahl.

Die Branche betreibt gemeinsam Aufklärung zur „Altersvorsorge“. Das kommt weiterhin nur teilweise in der Bevölkerung an. Welche Maßnahmen könnten denn helfen?

Wir wollen, als Allianz, den Menschen Mut machen, in die Altersvorsorge zu investieren. Wichtig ist dabei, dass die Kunden wissen, dass sie sich auf uns verlassen können. Aber die Kundenerfahrungen, gerade von jüngeren Kunden, ändern sich mit digitalen Angeboten in anderen Bereichen, und damit ändern sich auch die Kundenanforderungen an unser Angebot. Die freien Vermittler müssen sich dieser Veränderung ebenso stellen, denn nur wer als Versicherer und Vermittler digital überzeugt, hat langfristig eine Zukunft. Auch in Fragen der Altersvorsorge müssen Vermittler und Versicherer die Kunden digital erreichen. Dabei wollen wir die Makler unterstützen.



Was erwarten Sie 2018 – auch vor dem Hintergrund von neuer Regierung, Run-offs und LVRG-Evaluierung – im Bereich privater Altersvorsorge?

Es gilt noch immer: Die Altersvorsorge bleibt ein Wachstumsmarkt für Anbieter, die mit den richtigen Lösungen Kunden überzeugen. Und das ist uns als Allianz bislang gelungen. So hat rund eine halbe Million Kunden in vier Jahren sich für unseren Verkaufsschlager Perspektive entschieden. Aber

auch „Komfort-Dynamik“ kommt bei den Menschen an und wurde bereits über 50.000 Mal gekauft. Zudem zeigt sich

auch: Wir müssen die Menschen auch digital überzeugen. Viele Kunden bewegen sich inzwischen ganz selbstverständlich in der digitalen und mobilen Welt. Wir investieren massiv in die kundenorientierte Verbesserung, Digitalisierung und Automatisierung der Prozesse. Ziel ist, noch mehr als bisher Kundenzufriedenheit zu erzielen. Davon werden auch unsere Vermittler profitieren. ■

„Nur wer als Versicherer und Vermittler digital überzeugt, hat langfristig eine Zukunft. Auch in Fragen der Altersvorsorge müssen Vermittler und Versicherer die Kunden digital erreichen.“

Mission digitale Altersvorsorge: So will fairr.de Kunden überzeugen

Interview mit Jens Jennissen, Geschäftsführer der fairr.de GmbH

Mit der Idee, dass künftig jeder Kunde seine Altersvorsorge selbst in die Hand nehmen kann, ist das Start-up fairr.de 2014 mit einem Riester-Fondssparplan mit ETFs und garantierten Rentenbedingungen gestartet. Inzwischen sind weitere Altersvorsorgeprodukte hinzugekommen. Wie fairr.de Kunden fürs Riestern gewinnt und ob sich das BRSG positiv auf die Riester-Förderung auswirken wird, erläutert fairr.de-Geschäftsführer Jens Jennissen.

Herr Jennissen, Sie haben sich auf die Fahne geschrieben, nur Altersvorsorgelösungen auf den Markt zu bringen, die Sie auch selbst nutzen würden. Auf welche Produkte setzen Sie?

Zunächst einmal habe ich mir die Frage gestellt, wie viel ich überhaupt sparen muss. Zur Beantwortung der Frage haben wir die „Rentist-App“ entwickelt, mit der auch ich meine Rentenlücke berechnet habe. Auf der Grundlage optimiere ich meine Rentenansprüche in unserem Renten-Cockpit über alle Säulen hinweg. Dafür habe ich einen „fairrürup“ abgeschlossen, unseren Rürup-Fondssparplan mit ETFs, sowie unser bekanntestes Produkt, den „fairriester“, ein Riester-Fondssparplan mit Dimensional Funds und ETFs. Für die betriebliche Altersversorgung haben wir dieses Jahr die „fairrbav“ gelauncht. Meine Sparbeiträge und die aller Angestellten bei fairr.de fließen über eine Netto-Direktversicherung zu 100% in den ARERO Weltfonds.

Die Riester-Produkte stehen ja sehr in der Kritik. Was antworten Sie Kunden auf die Frage, ob sich Riestern noch lohnt?

Wer erstmal auf uns aufmerksam geworden ist, findet schnell heraus, dass wir fairr.de gegründet haben, um genau diese Kritikpunkte aufzulösen. Selten erreicht uns pauschale Kritik. Falls doch, geht es im ersten Schritt meist darum, die Schwächen in der Konstruktion von den Kritikpunkten an einzelnen Produk-

„Mit unseren Sparplänen haben wir auf der Produktebene etliche der branchenüblichen Probleme gelöst. Das betrifft zum Beispiel hohe Abschlussprovisionen, unklare Rentenbedingungen und mangelnde Transparenz.“

ten und Produktkategorien zu trennen. Durch das Betriebsrentenstärkungsgesetz wurden nun einige Mängel in der Konstruktion der Förderung behoben. Mit unseren Sparplänen haben wir auf der Produktebene etliche der branchenüblichen Probleme gelöst. Das betrifft zum Beispiel hohe Abschlussprovisionen, unklare Rentenbedingungen und mangelnde Transparenz. Dennoch empfehlen wir jedem einzelnen Interessenten, selbst mit spitzen Bleistift nachzurechnen, ob die Riester-Förderung mit unseren Produkten für ihn lohnenswert ist. Die Antwort darauf fällt meist positiv aus.

Wodurch zeichnet sich „fairriester“ aus und welche Zielgruppen erreichen Sie damit?

Wir haben es geschafft, die Vorteile eines Anlageproduktes mit denen eines Versicherungsproduktes zu verknüpfen: eine renditestarke und effiziente Ansparphase mit der Planungssicherheit einer sonst wesentlich teureren Versicherungspolice. Der fairriester ist der einzige Riester-Fondssparplan mit ETFs und garantierten Rentenbedingungen. Unsere Kunden berechnen sich ein Angebot direkt online und können den Vertrag unmittelbar abschließen. Durch unser Renten-Cockpit wird jede einzelne Transaktion im fairriester nachvollziehbar. Also wann und zu welchem Kurs Fondsanteile gekauft oder verkauft und wann dem Vertrag Kosten entnommen oder Zulagen gutgeschrieben wurden. Die Sparrate ändern unsere Kunden ebenfalls online und gebührenfrei. Damit überzeugen wir in gleichem Maße Wechselkunden mit herkömmlichen Produkten sowie Neukunden, die bei fairr.de endlich das passende Riester-Angebot gefunden haben.

Ist es nicht dennoch gewagt, sich als Start-up ausgerechnet bei Riester zu engagieren?

Wir haben unabhängig vom schlechten Ruf staatlich geförderter Produkte nach der sinnvollsten Möglichkeit zum langfristigen Vermögensaufbau gesucht. Dabei hat sich ein ETF-Sparplan mit Riester-Förderung durchgesetzt. Mit der Riester-Rente sind wir 2014 gestartet, heute bieten wir Sparpläne für alle Säulen der Altersvorsorge. Da wir die staatlichen Förderungen mit einer Geldanlage kombinieren, wie wir sie auch ohne die Zulagen und Steuervorteile nutzen würden, liegt der Vorteil unserer Produkte für überzeugte ETF-Anleger schnell auf der Hand.

**Wie handeln Sie bei den Zulagen?
Erinnern Sie Ihre Kunden daran?
Viele Riester-Kunden holen ihre Zulagen ja gar nicht ab.**

Laut Zahlen des Bundesfinanzministeriums wird nur bei rund einem Viertel aller Riester-Verträge die volle Zulage ausgeschöpft. Damit das nicht auch auf unsere Kunden zutrifft, erinnern wir diese regelmäßig an das Einreichen und die Aktualisierung ihres Dauerzulageantrages. Mit der Weiterentwicklung unseres Renten-Cockpits werden Änderungen an zulagenrelevanten Daten automatisch dazu führen, dass der Zulageantrag stets aktuell gehalten wird.

Findet bei Ihnen tatsächlich eine Beratung statt? Umfänglich? Ganzheitlich?

An der Stelle trennen wir zwischen dem Teil, der rechtlich als Beratung definiert ist, und der tatsächlichen Erwartung unserer Kunden an eine ehrliche Beratung. Nach unserer Überzeugung muss eine Beratung nicht nur ganzheitlich und umfänglich, sondern insbesondere auch unabhängig erfolgen. Im Direktvertrieb stellen wir alle Informationen so dar, dass für Selbstentscheider keine Fragen mehr offenbleiben. Für Rückfragen steht unser Kundenservice per Live-Chat, Mail und Telefon zur Verfügung. Für den Wunsch nach ganzheitlicher Beratung haben wir ein Netzwerk aus Honorarberatern in ganz Deutschland aufgebaut.

**Sie erwähnten bereits, dass das BRSg Mängel bei Riester beheben wird.
Welche Aspekte spielen hier eine Rolle?**

Die Verkürzung von Fristen für die Überprüfung des Zulageanspruches wird sich positiv auf die Riester-Förderung auswirken, ebenso beispielsweise die Erleichterung bei der Besteuerung der Abfindungen von Kleinbetragsrenten. Diese drei Auswirkungen werden sich auch positiv bemerkbar machen: 1. Die Grundzulage wird 2018 von 154 Euro auf 175 Euro erhöht. 2. Die Einnahmen aus freiwilliger Altersvorsorge werden nur noch anteilig auf die Grundversicherung angerechnet. Ein Sockelbeitrag von 100 Euro bleibt vollständig anrechnungsfrei. 3. Für über Arbeitgeber abgeschlossene Riester-Verträge fallen in der Auszahlphase keine Beiträge mehr für

die gesetzliche Kranken- und Pflegeversicherung an. Die Doppelverbeitragung wurde damit abgeschafft.

Lassen Sie uns kurz zurückblicken: Sie haben Ihr Unternehmen im Jahr 2013 gegründet. Sind Sie zufrieden mit der bisherigen Entwicklung?

Wenn ich mir die Entwicklungen der vergangenen Jahre ansehe, bin ich sehr zufrieden. Besonders freut mich die hohe Zufriedenheit unserer Kunden, die uns häufig weiterempfehlen. Auch die Testsiege und Empfehlungen durch den Verbraucherschutz haben maßgeblich dazu beigetragen, dass unser Kundenstamm stetig wächst.



Jens Jennissen

Wie gestaltet sich denn die Zusammenarbeit mit Honorarberatern?

Honorarberater waren Kunden der ersten Stunde. Wenige Wochen nach dem Start unseres Riester-Fondssparplans sind die ersten Verbände auf uns zugekommen. Neben den Pools und Verbänden sind viele Berater auch direkt bei uns angebunden. Etwa ein Fünftel unserer Kunden kommt über die Honorarberatung. Für einige Provisionsberater waren unsere Produkte der Einstieg in die Honorarberatung. Das macht uns stolz.

„Neben den Pools und Verbänden sind viele Berater auch direkt bei uns angebunden. Etwa ein Fünftel unserer Kunden kommt über die Honorarberatung. Für einige Provisionsberater waren unsere Produkte der Einstieg in die Honorarberatung.“

Welche Tendenzen erwarten Sie im Bereich der Altersvorsorge und wie sehen Sie die Zukunft Ihres Unternehmens?

In Deutschland wird die kapitalgedeckte Altersvorsorge eine tragende Rolle einnehmen. Die Kosten im Vertrieb und in der Geldanlage werden weiter sinken, die Nachfrage nach effizienten Produkten und der Wunsch nach säulenübergreifenden Renteninformationen wird zunehmen. Mit unserem Renten-Cockpit und den geförderten Produkten haben wir uns frühzeitig für diese Trends positioniert und streben für diese Nachfrage eine führende Rolle an.

Im Bereich der betrieblichen Altersvorsorge bieten wir neben unserer Netto-Direktversicherung mit ETF-Portfolios auch unsere Expertise bei der Entwicklung von Rentenplattformen, auf denen Arbeitnehmer ihre Rentenansprüche einsehen können. Dazu werden wir die Zusammenarbeit mit bAV-Beratern intensivieren. ■



Altersvorsorge oder Alter voll Sorge?

Ist eine attraktive Altersvorsorge heute noch möglich? Oder ist im Grunde nur noch eines sicher: ein Alter voll Sorge? Zu wenig auskömmlich erscheint schließlich die Lage an den internationalen Finanzmärkten. Muss man sich also schon freuen, wenn man bei der Geldanlage heute nicht automatisch an Wert verliert?

Wer einen Neuwagen kauft, weiß: Kaum vom Hof des Händlers gefahren, ist das teure Blech schon deutlich weniger wert. Entsprechendes scheint derzeit für die Altersvorsorge zu gelten: Wer heute sein Vermögen anlegt, muss sich eigentlich freuen, wenn es nicht automatisch an Wert verliert. Die Lage scheint wirklich verzwickelt: Seit der Finanz- und Bankenkrise, als die Europäische Zentralbank einen expansiven geldpolitischen Kurs eingeschlagen hat, haben sich die Zinsen über Jahre hinweg praktisch in Luft aufgelöst. Der wirtschaftliche Expansionskurs sorgt zwar für zahlreiche Chancen, doch viele langjährige und lieb gewonnene Anlageformen haben sich zu realen Kapitalvernichtern entwickelt.

Umfassendes Zinsdilemma

Wer 1990 den Betrag von 100.000 Euro auf einem Tagesgeldkonto geparkt hat, konnte sich zum Millennium über einen Vermögenszuwachs von rund 34.000 Euro freuen. Selbst unter Abzug der Inflation blieben so auf dem Papier noch rund 17.000 Euro übrig. Dasselbe Szenario 15 Jahre später: Wer 2005 die 100.000 Euro zur Bank brachte, blickte 2015 auf den kläglichen Zuwachs von rund 18.000 Euro. Abzüglich Inflationsrate blieben nur 4.200 Euro übrig – damit ist keine zufriedenstellende Absicherung des Lebensabends zu gewährleisten.

Heute sieht es noch viel dramatischer aus: Man hat bei der Verzinsung mit der schwarzen Null zu kämpfen. Inflationsbereinigt ist nur noch eines gesichert: der reale Wertverlust. Diese Problematik berührt auch weitere klassische Anlageformen: seriöse Anleihen, Lebensversicherungen, Bausparer – überall Schwund im Ertrag. Auch Sachwerte wie Immobilien bieten keinen Ausweg, denn die Preisentwicklung ist schwindelerregend.

Alternative: Aktien

Wer in Aktien investiert, sieht sich hierzu rasch dem Vorwurf eines Zockers ausgesetzt. Und ist es nicht eine unbestrittene Gewissheit, dass jeden Börsianer früher oder später „der Bär holt“, sprich der unkontrollierte Bärenmarkt die mühsam erwirtschafteten Gewinne schwinden lässt? Es ist schwer, gegen solche lang gehegten Vorurteile anzukommen. Fest steht aber, dass Börsianer, die mit kühlem Kopf an ihr Investment herangehen, historisch immer einen größeren Schnitt als der Rest gemacht haben, selbst wenn die Kurse zwischenzeitlich ins Rutschen geraten sind. Historisch betrachtet belegt die Anatomie eines typischen Bullenmarktes, dass Kurse im letzten Drittel überdurchschnittlich steigen und vor allen Dingen große, namhafte Werte ordentlich zulegen. Doch auch nach dem Platzen der Blase und Kippen der Euphorie trotzten große Werte dem Abwärtstrend und Pessimismus am längsten. Wer langfristig und global diversifiziert aufgestellt ist, kann mit Substanz und Qualität das ein oder andere Tal überwinden.

Gleichwohl bleibt die Frage, ob der Boom nicht längst vorbei ist. Und gleicht in dieser unsicheren Welt – Stichwort: Brexit, Trump, Nordkorea – nicht jeder Schritt aufs Börsenparkett

einer Rutschpartie? Richtig ist: Die Börsen scheuen Unsicherheit. Nichts macht Aktionäre so nervös wie eine gänzlich ungewisse Zukunft. Doch viele Unsicherheitsfaktoren klären sich kurzfristig wieder auf. Erfolgreiche Anleger setzen auf einen übergeordneten Blickwinkel und werden „immun“ gegen das tägliche Medienspektakel. Wichtiger sind – insbesondere beim Thema sorgenfreies Leben im Alter – die Entwicklungen über Dekaden, nicht über Wochen, Monate oder wenige Jahre.

Höchststände

Ein Blick auf die gängigen Leitindizes verdeutlicht dieses Phänomen: Der deutsche Aktienindex Dax steigt so seit seiner Auflage 1987 durchschnittlich in einem positiven Jahr um fast 25%. Allein im laufenden Börsenjahr scheint der Dax mühelos von Höchststand zu Höchststand zu eilen. Trotz weiterer Schwankungen knackte der Leitindex am 12.10.2017 die historische Rekordmarke von 13.000 Punkten. Das gleiche Bild beim Dow Jones. Trotz Unsicherheitsfaktor Trump hat der US-Leitindex eine Rekordjagd hingelegt und erstmals die 23.000 Punkte geknackt. Das laufende Börsenjahr steht exemplarisch für die Psychologie am Parkett. Börsen lassen sich zunehmend weniger von kurzfristigen Störfeuern die Laune verderben. Volatilität und kurzfristige Einbrüche gehören zum Tagesgeschäft, aber längerfristig orientierte Anleger mit Blick auf die Altersvorsorge werden mit einer positiven Dynamik und entsprechenden Renditen belohnt.

Trotz aller Argumente pro Aktie bleibt ein oft durchaus gewichtiges Hindernis: Die Beschäftigung mit der Materie Geldanlage ist nicht jedermanns Sache. Es ist nicht damit getan, den Gang zur Hausbank anzutreten, aus der Fülle der meist bankeigenen Produkte das am wenigsten verwirrende auszuwählen und anschließend mit dem Thema Altersvorsorge abzuschließen. Eine gute Anlagestrategie beginnt für einen verantwortungsvollen Vermögensverwalter zunächst mit vielen Fragen und genauem Zuhören: Was sind die Ziele für die Geldanlage – Vermögensaufbau oder Vermögensverbrauch? Welche weiteren Personen sollten noch mit bedacht

werden – Ehepartner, Kinder, Enkel? Wie oft sind Einzelentnahmen geplant – oder könnten ungeplant auftauchen? Woher kommt überhaupt das Vermögen, das investiert werden soll? Es kann in Sachen Strategie durchaus einen Unterschied machen, ob sich die liquiden Mittel allmählich angesammelt haben oder ob gerade ein größerer Sachwert veräußert wurde.

Flexibilität in der Auszahlphase

Ein weiterer Vorteil der Anlage in Einzeltitel ist die Flexibilität: Ist eine Sonderausschüttung gewollt oder die Verbrauchsphase angebrochen, kann der Vermögensverwalter bei Einzeltiteln individuell entscheiden, welche monetarisiert werden. Bei einer Anlage über Fonds oder andere gebündelte Werte ist immer nur der Cut über die gesamte Anlageform möglich. Dann wird Fonds X für den Betrag Y verkauft – selbst wenn die Indikatoren gerade ein anderes Anlegerverhalten nahelegen.

Unabhängiger Partner auf Augenhöhe

Bleiben schlussendlich noch zwei entscheidende Fragen offen. Erstens: Wo findet sich ein Vermögensverwalter, der diese Qualifikationen erfüllt? Überzeugen sollten Vermögensverwalter, die durch individuell gestaltetes Portfoliomanagement und zugeschnittenen Service ihren Kunden ein offenes Ohr und keine verwirrenden Produktwälzer bieten. Wer nicht den Verkauf der eigenen Produkte, sondern die Ziele und Wünsche des Kunden in den Vordergrund stellt, ist frei von Interessenkonflikten. Auf der Suche nach einem starken Partner sollten Anleger genau prüfen, welcher Verwalter seine Prioritäten richtig setzt und Anlageentscheidungen jederzeit flexibel an die Lebensumstände anpassen kann.

Die zweite wichtige Frage lautet: Wann kommt der nächste Crash? Grüner Fisher hat dazu eine klare Meinung: Solange derart viele Experten, Gurus und Analysten diese Frage in den Vordergrund stellen, ist die gefährliche Euphorie noch ein gutes Stück entfernt. Wir befinden uns in einem reifen Bullenmarkt, der vor allem auch von der fundamentalen Seite her noch deutlich an Dynamik zulegen kann. Der ideale Moment also, einen Blick auf die Anlagechancen der kommenden Jahre zu richten, das Gespräch mit dem Vermögensverwalter zu suchen und eine maßgeschneiderte Strategie festzulegen. ■



Von Torsten Reidel,
Geschäftsführer von Grüner Fisher Investments



Warum schieben wir Themen wie auch die Altersvorsorge auf die lange Bank?

Interview mit Hans-Werner Rückert, Diplom-Psychologe, Psychoanalytiker und Buchautor

Trotz drohender Altersarmut beschäftigen sich nach wie vor viele Menschen nicht gerne mit dem Alter und der Altersvorsorge oder schieben das Thema vor sich her. Werden wichtige Aufgaben häufig auf die lange Bank geschoben, sprechen Psychologen von Prokrastination. Ob sich auch die Zurückhaltung bei der Altersvorsorge darauf zurückführen lässt, weiß der Psychologe und Experte für Prokrastination Hans-Werner Rückert.

Herr Rückert, viele Menschen erledigen unangenehme Punkte auf ihrer persönlichen To-do-Liste erst auf den letzten Drücker oder schieben sie lange vor sich her. Warum ist das so?

Der Schlüssel steckt ja schon im Wort unangenehm. Wir haben die Tendenz, Dinge, die mit negativen Gefühlen verbunden sind, die

„Wir haben die Tendenz, Dinge, um die man sich erst kümmern muss wie zum Beispiel auch um das Thema Altersvorsorge, aufzuschieben.“

uns also unangenehm sind oder mit einem gewissen Aufwand verbunden, Dinge, um die man sich

erst kümmern muss wie zum Beispiel auch um das Thema Altersvorsorge, aufzuschieben.

Ist es denn eine Frage der Persönlichkeit? Gibt es Menschen, die eher dazu neigen, Dinge aufzuschieben? Und ab wann sehen Sie ein ernsthaftes Problem?

Ich glaube, das Aufschieben als Phänomen hat zu tun mit der Schnittstelle zwischen der Motivation, überhaupt etwas zu machen und sich Dingen zuzuwenden, der Art der Aufgabe, um die es dabei geht – ob sie leicht ist oder schwierig, zeitaufwendig ist und man sich ein Erfolgserlebnis ausrechnen kann – und natürlich auch mit der Persönlichkeit.

Es gibt Menschen, die relativ geordnet sind – die Neurobiologen würden sagen, die über gute exekutive Funktionen verfügen –, die Dinge zeitnah erledigen, und Chaoten, die es etwas schwieriger finden, Dinge zeitnah oder in der richtigen Reihenfolge zu erledigen. Dann gibt es natürlich auch Persönlichkeitsmerkmale wie zum Beispiel den Perfektionismus, der beim Abfassen von akademischen Abschlussarbeiten oftmals zum Problem werden kann.

Was genau versteht man denn unter „Prokrastination“, also Aufschieberitis?

„Aufschieberitis“ ist eine beschönigende Formulierung für das alltägliche Aufschieben und ist etwas anderes als Prokrastination. Von Prokrastination lässt sich sprechen, wenn Menschen eine Aufgabe, die sie selbst als wichtig und vordringlich erleben, nicht erledigen. Am Ende des Tages erzählen sich diese Menschen dann irgendwelche Geschichten, warum sie es nicht erledigt haben. Die Aufgabe nehmen sie sich dann wieder für die nächsten Tage vor, da es ihnen an sich eben schon wichtig ist, sie erfüllt zu haben. Wenn sie weiterhin unerledigt bleiben, zeigt sich, dass die Betroffenen die Gründe für ihr Aufschieben selbst oftmals gar nicht verstehen.

Viele Menschen denken ja nicht gerne ans Alter. Ist das Thema trotz medizinischem Fortschritt und dem Bild von aktiven Golden Agern einfach zu negativ besetzt?

Da kommen verschiedene Faktoren zusammen. So spielt es eine Rolle, dass man sich in Zeiten des gesellschaft-



Das Thema Altersvorsorge steht bei vielen Menschen ganz weit unten auf der To-do-Liste.

„Schluss mit dem ewigen Aufschieben“

Hans-Werner Rückert ist Experte für Prokrastination bzw. Aufschieberitis. Er beschäftigt sich seit Jahren mit der Problematik des Aufschiebens und bietet für Betroffene praktische Hilfen und auch Seminare an. In seinem Buch „Schluss mit dem ewigen Aufschieben“ erläutert der Psychologe, welche Mechanismen hinter dem Aufschieben stecken, und liefert Anleitungen und Tipps, wie Menschen umsetzen können, was sie sich vorgenommen haben.

Das Buch ist im Campus Verlag erschienen und liegt mittlerweile in der 8. Auflage vor. (ISBN: 978-3-593-50148-2).

lichen Jugendkults die meiste Zeit des Lebens, also von der Adoleszenz an bis 40 oder 50, überwiegend als jung erlebt. Die Tatsache, dass die Mehrheit der Menschen in Deutschland alt ist, das interessiert einen 20-Jährigen nicht, das betrifft für ihn die Generation seiner Eltern. Da ist es, glaube ich, schwer, sich mit dem Thema Altersvorsorge zu beschäftigen.

Gerade die Altersvorsorge scheinen jüngere Generationen vor sich herzuschieben. Lässt sich das denn auch auf Prokrastination zurückführen?

Beim Thema Altersvorsorge habe ich da so meine Zweifel, ob man generell von Prokrastination sprechen kann. Denn gerade junge Menschen bis Ende 20 erleben dieses Thema ja nicht als vordringlich und es ist ihnen oft nicht wichtig, dass sie es erledigt haben wollen, wie es charakteristisch für Prokrastination ist. Altersvorsorge ist wohl vielmehr für die meisten jungen Leute einfach sehr weit weg. Die jüngeren Generationen haben das Gefühl, es wäre noch Zeit genug, sich um die Altersvorsorge zu kümmern.

Andererseits haben sie zum Teil auch nicht das Geld, sich ernsthaft darüber Gedanken zu machen, Vermögensaufbau für die Rente zu betreiben bzw. für das Alter vorzusorgen, gerade in der aktuellen Niedrigzinsphase. Sie verwenden das Geld jetzt zum Leben. Erst

in neuerer Zeit ist die Altersvorsorge im Gegensatz zu früher zu einem individuellen Thema geworden, um das sich jeder einzelne kümmern muss. Aber hier sind Information und Beratung gefragt und die Versicherungsbranche muss passende Lösungen präsentieren, die sich an der Lebenswirklichkeit der jüngeren Generation orientieren.

Nun wird das Thema Altersarmut von Politik und Medien immer wieder in den Mittelpunkt gerückt. Hat dies Ihrer Einschätzung nach Auswirkungen auf die Bereitschaft, sich mit der Absicherung im Ruhestand zu beschäftigen?

Ich denke schon, dass dadurch bei dem ein oder anderen das Bewusstsein gestärkt wird, die eigene Altersvorsorge jetzt mal anzugehen. Ob er es dann auch wirklich tut, ist die andere Frage. Andererseits kann es bei einigen Menschen auch den gegenteiligen Effekt haben, sich wegen der negativen Gefühle, die mit der Aussicht auf Altersarmut verbunden sind, erstmal nicht mit dem Thema auseinandersetzen zu wollen.

Wie können denn Finanzberater und Versicherungsmittler Ihrer Einschätzung nach für das wichtige Thema Altersvorsorge sensibilisieren?

Mit Szenarien, die negative Gefühle erzeugen wie etwa Angst, werden Kunden wohl eher davon abgehalten, sich mit dem Thema Altersvorsorge zu beschäftigen. Andererseits ist es meiner Auffassung nach auch nicht unbedingt zielführend bei jungen Menschen, mit übertriebenen Werbebildern von Golden Agern auf dem Golfplatz oder Kreuzfahrten für Senioren punkten zu wollen. Damit erreicht man wohl die jüngere Generation eher nicht, da solche Bilder zu weit weg sind von ihrer Lebensrealität. ■

„Mit Szenarien, die negative Gefühle erzeugen wie etwa Angst, werden Kunden wohl eher davon abgehalten, sich mit dem Thema Altersvorsorge zu beschäftigen.“



Hans-Werner Rückert

Deutsche Fondsbranche blickt optimistisch auf 2018

(ac) Die Stimmung innerhalb der deutschen Fondsbranche ist gut. Laut einer aktuellen Umfrage des Fondsverbands BVI bewerten über drei Viertel der Befragten ihre derzeitige Geschäftslage als gut oder sogar sehr gut. Und dieser Trend dürfte sich auch im kommenden Jahr fortsetzen. Vier von fünf Branchenvertretern schätzen ihre Geschäftsaussichten für 2018 als unverändert oder besser ein.

Zinsen und Vorsorge als Treiber

Die stärksten Wachstumsimpulse sind nach Ansicht der Branche die niedrigen Zinsen (64%) und das Thema Altersvorsorge (52%). Die Nachfrage nach alternativen Anlagen belebt nach Ansicht jedes zweiten Befragten das Geschäft. Ausgebremst werden könnte der positive Trend allerdings durch ungünstige weltpolitische Entwicklungen und Turbulenzen an den Aktienmärkten. Das sind für die Befragten die größten Risikofaktoren im kommenden Jahr (je 59%). Als größte Herausforderung wertet die Branche die regulatorischen Anforderungen; 52% der Befragten gaben sie mit „sehr groß“ an.

Steigender Kostendruck

Auch der steigende Margen- und Kostendruck belastet viele Branchenvertreter. Derzeit müsse die Branche zudem gleich drei Großprojekte umsetzen: MiFID II, PRIIPs und die Investmentsteuerreform. Allein MiFID II ist dem BVI zufolge das größte Regulierungsprojekt, das die Branche je umzusetzen hatte. Der Trend zur Digitalisierung und die Modernisierung der eigenen IT sind weitere große Herausforderungen. Die Branche will entsprechend reagieren: 84% der Befragten wollen im kommenden Jahr in ihre IT-Infrastruktur investieren. Die Zahl der Arbeitsplätze soll in der Summe aber konstant bleiben.

Candriam legt Anleihefonds auf

(ac) Der Candriam SRI Bond Global High Yield ist ab sofort in Deutschland zum Vertrieb zugelassen. Der neue Fonds investiert auf Grundlage eigener Analysen sowie eines ESG-Screening-Prozesses in internationale High-Yield-Unternehmensanleihen. Die Strategie meidet Emittenten, die kein nachhaltiges Wachstumsmodell haben und ökologische sowie soziale Themen vernachlässigen. Der Fonds soll die langjährige High-Yield-Erfahrung von Candriam mit sozialverantwortlichen Best-in-Class-Analysen kombinieren.

Überzeugungsgeliteter Anlagestil

Der Investmentprozess des Fonds beruht auf der Überzeugung, dass Unternehmen mit höherer Wahrscheinlichkeit Erträge erzielen, wenn sie neben ihren finanziellen Zielen auch die Chancen und Risiken einer nachhaltigen Entwicklung beachten. Der Candriam SRI Bond Global High Yield setzt entsprechend auf tiefgreifende Finanz- und Emittentenanalysen und einen aktiven, überzeugungsgeliteten Anlagestil, um Chancen am High-Yield-Markt zu nutzen.

Franklin Templeton erweitert ETF-Palette

(ac) Franklin Templeton hat die ETF-Plattform Franklin Liberty Shares um einen weiteren Indexfonds erweitert. Der Franklin LibertyQ Emerging Markets UCITS ETF ist der fünfte Smart-Beta-ETF des Hauses, in den deutsche Anleger investieren können, und setzt auf das attraktive Potenzial der Schwellenländer. Sie alle verfolgen einen Smart-Beta-Ansatz. Der Franklin LibertyQ Emerging Markets UCITS ETF ist an der Deutschen Börse und an der London Stock Exchange handelbar.

Kriterienquartett

Der neue Fonds zielt darauf ab, auf längere Sicht höhere risikobereinigte Renditen und eine geringere Volatilität als sein Anlageuniversum, der MSCI Emerging Markets Index, zu bieten. Er bildet hierzu die Wertentwicklung des LibertyQ Emerging Markets Index nach, eines intern konzipierten Index, dessen Zusammensetzung auf einem einzigartigen Ansatz zur Gewichtung von vier Faktoren – Qualität, Value, Momentum und Volatilität – basiert. Er ist der erste auf Schwellenländer ausgerichtete Smart-Beta-UCITS-ETF in Europa, der alle vier dieser Faktoren berücksichtigt. Der Fonds zielt auf hochwertige Schwellenländer-Aktien mit attraktiver Bewertung ab. Dabei kommt der Faktor Momentum zum Einsatz, um Anlagetrends zu identifizieren und Value Traps zu vermeiden. Der Faktor niedrige Volatilität soll zudem einen Schutz vor hohen Wertverlusten bieten.



Franklin Templeton erweitert seine ETF-Plattform um zwei Produkte.

Fondsstudie von Bain & Company: Kostenführer und Spezialisten gefragt

(ac) Viele der mittelgroßen Fonds in Deutschland bewegen sich laut der Studie „Asset-Management: Erfolgsformel gesucht“ der internationalen Managementberatung Bain & Company in ein Tal des Todes hinein. Demnach sind sie zu klein, um mit Effizienz- und Skalenvorteilen im Wettbewerb bestehen zu können, und zu groß, um Nischen zu besetzen. In den kommenden Jahren werden demnach insbesondere Kostenführer und Spezialisten Marktanteile im Asset-Management erobern.

Goldenes Jahrzehnt

Die Studie zeigt zudem, dass die Fondsbranche auf ein goldenes Jahrzehnt zurückblickt. Seit 2005 ist das verwaltete Vermögen in Deutschland im Durchschnitt um 6,5% pro Jahr auf zuletzt rund 2,9 Bio. Euro gestiegen. Besonders dynamisch entwickelten sich laut der Studie Spezialfonds sowie Sondervermögen. Auch die Bedeutung institutioneller Anleger hat zugelegt. Inzwischen stellen sie 30% der Kunden von Publikumsfonds und vereinen 72% des gesamten verwalteten Vermögens auf sich.

ETF-Boom

Insgesamt flachen die Mittelzuflüsse im Fondsmarkt in jüngster Zeit wieder ab. Gleichzeitig steigt laut der Studie der Marktanteil passiver, niedrigmargiger Produkte. Das Volumen der Exchange Traded Funds (ETFs) hat sich in Deutschland binnen weniger Jahre auf knapp 100 Mrd. Euro verdoppelt. Ihrer durchschnittlichen Kostenquote von 0,35% stehen 1,4% bei Publikumsfonds gegenüber. Der Marktanteil von Robo-Advisors dürfte sich nach Prognosen von Bain & Company bis 2020 verzehn- oder sogar verzweifelfachen. Im selben Jahr werden schätzungsweise bereits 5% des verwalteten Vermögens automatisiert angelegt. Die verschärfte Regulierung und die Digitalisierung stellen die Branche der Studie zufolge derweil vor große Herausforderungen. So wird nach Ansicht der internationalen Managementberatung vor allem die Umsetzung der EU-Richtlinie MiFID II die Macht der Vertriebspartner stärken und die Bedeutung passiver Produkte noch einmal steigern sowie den Kostendruck erhöhen.

Anzeige



Warum zahlt es sich aus, Verluste zu vermeiden statt Garantien zu kaufen?

Der Versuch, Verluste konsequent zu vermeiden und gleichzeitig die Opportunitäten der Kapitalmärkte zu nutzen, ist für den langfristigen Anlageerfolg essenziell. Die Metzler-Wertsicherungskonzepte verbinden einen effektiven Mix aus globalen Aktien- und Renteninvestments mit der Chance, Verlustrisiken zu begrenzen – ohne zusätzliche Kosten für Garantien. Mehr dazu unter Telefon (069) 2104-532 und www.metzler.com/asset-management

METZLER
Asset Management

AXA IM startet Aktienfonds für Digitalunternehmen

(ac) AXA Investment Managers hat einen Aktienfonds aufgelegt, der in die digitale Wirtschaft investiert. Der AXA World Funds Framlington Digital Economy soll an den Erfolg der 2015 lancierten Robotech-Strategie von AXA IM anknüpfen, in die Anleger inzwischen rund 3 Mrd. Dollar investiert haben. Insgesamt ist das Anlageuniversum des neuen Fonds auf vier Kernbereiche fokussiert.

Vier Kernbereiche

Erster Kernbereich ist das Auffinden von Produkten etwa durch Online-Marketing und -Werbung, zum Beispiel über Suchmaschinen und Social Media. Zweiter Schwerpunkt sind Unternehmen, die die Entscheidungsfindung verbessern. Dazu zählt AXA zum Beispiel E-Commerce-Unternehmen, Web-Portale und Entwickler von Apps für Mobilgeräte. Auch in der Auslieferung von Produkten sieht die Gesellschaft einen wichtigen Trend der Digitalisierung. Hierzu zählen zum Beispiel FinTechs, die Zahlungen abwickeln, und Logistikunternehmen. Zu guter Letzt bilden Unternehmen aus dem Bereich digitale Daten und Enabler wie zum Beispiel spezialisierte Anbieter, die Unternehmen bei der digitalen Transformation helfen, den Grundstock des Fondsportfolios.

40 bis 60 Einzeltitel

Unter Berücksichtigung dieser vier Themen investiert der AXA World Funds Framlington Digital Economy weltweit und über ein breites Marktkapitalisierungsspektrum hinweg in 40 bis 60 Einzeltitel. Fondsmanager Jeremy Gleeson arbeitet eng mit den Regional- und Sektorspezialisten von Framlington Equities zusammen, um die globalen und lokalen Opportunitäten zu identifizieren, die zum thematischen Ansatz des Fonds passen.



Die digitale Transformation erfasst immer mehr Geschäftsmodelle. Davon sollen die Anleger des AXA World Funds Framlington Digital Economy profitieren.

FRANKFURT-TRUST geht 2018 vom Markt

(ac) Die Vermögensverwaltungssparte der ODDO BHF Gruppe erhält einen einheitlichen Markenauftritt. Die beiden Vermögensverwaltungsgesellschaften FRANKFURT-TRUST und ODDO BHF Asset Management mit Investmentzentren in Düsseldorf, Frankfurt und Paris sowie an weiteren Standorten in Luxemburg, Mailand, Stockholm, Genf, Madrid und Abu Dhabi werden zu ODDO BHF AM. Der verkündete Zusammenschluss der beiden Vermögensverwaltungsgesellschaften soll in der ersten Jahreshälfte 2018 erfolgen, sofern Finanzaufsicht und Betriebsrat dem Schritt zustimmen.

61 Mrd. Euro verwaltetes Vermögen

ODDO BHF AM verwaltet in Zukunft mehr als 61 Mrd. Euro in Deutschland und Frankreich. Rund 45 Mrd. davon stammen von der alten ODDO BHF Asset Management, die restlichen ungefähr 16 Mrd. Euro aus dem Hause FRANKFURT-TRUST. 70% des verwalteten Vermögens entfallen auf institutionelle Kunden, 30% auf Vertriebspartner. In der Kundenbetreuung werde sich sowohl für institutionelle als auch für Wholesale-Kunden in Deutschland nichts ändern. So sollen die Ansprechpartner gleich bleiben.

Ambitionen bekräftigen

Die seit 150 Jahren bestehende familiengeführte ODDO BHF Gruppe will mit dem Zusammenschluss ihre Ambitionen am deutschen Markt sowie ihr langfristiges Bekenntnis zum Asset-Management-Geschäft und dessen Kunden bekräftigen. Mithilfe der Verschmelzung der Vermögensverwaltungsgesellschaften will ODDO BHF insbesondere die Qualität der Produkte und Dienstleistungen optimieren. Zudem sollen verstärkte Investitionen in Research, Informationstechnologie sowie Kundenbetreuung es ermöglichen, kontinuierlich neue Anlagelösungen zu entwickeln.



CONSAL MaklerService heißt jetzt Versicherungskammer Maklermanagement Kranken

Als Unternehmen der Versicherungskammer, die in die Sparkassen-Finanzgruppe eingebunden ist, vertreten wir bundesweit die drittgrößte private Krankenversicherungsgruppe in Deutschland*. Mit uns gewinnen Makler, Vertriebe und Pools einen finanzstarken Partner an ihrer Seite.

Stark im Verbund - sicherer geht es nicht.

**Der Maklervertrieb der
Bayerischen Beamtenkrankenkasse
und Union Krankenversicherung**

www.versicherungskammer-makler.de

* nach Anzahl versicherter Personen

Fidelity legt zwei neue Smart-Beta-ETFs auf

(ac) Fidelity International hat die eigene Smart-Beta-Reihe um zwei neue ETFs erweitert. Mit dem Fidelity Europe Quality Income UCITS ETF und dem Fidelity Emerging Markets Quality Income UCITS ETF ermöglicht die Fondsgesellschaft günstige Investments in dividendenstarke Qualitätsunternehmen. Die Fonds setzen auf europäische Aktien bzw. Titel aus den Schwellenländern, die seit Jahren dank guter Rentabilität und starker Cashflows beständige Dividenden zahlen. Ihr Ziel ist es, eine höhere Rendite als der breitere Markt zu erwirtschaften und zugleich das Risiko besser zu steuern. Wie die bestehenden ertragsorientierten ETFs bilden auch die beiden neuen Fonds eigene Fidelity-Indizes nach.

Jährliche Kosten von 0,3 und 0,5%

Die neuen Smart-Beta-ETFs sollen unter anderem mit wettbewerbsfähigen Preisen überzeugen. Die jährlichen laufenden Kosten betragen beim Fidelity Europe Quality Income UCITS ETF 0,3%, beim Fidelity Emerging Markets Quality Income UCITS ETF 0,5%. In den kommenden Wochen will Fidelity zudem währungsgesicherte Anteilsklassen in Pfund Sterling und Euro für die bestehenden Fonds Fidelity US Quality Income UCITS ETF und Fidelity Global Quality Income UCITS ETF sowie den neuen Fidelity Europe Quality Income UCITS ETF auflegen.

Reuss Private Deutschland baut Partnermodell aus

(ac) Mit der Gründung einer weiteren Niederlassung in Dresden hat der unabhängige Vermögensverwalter Reuss Private Deutschland AG sein Anfang des Jahres gestartetes Partnermodell ausgebaut. Die Leitung der Niederlassung übernimmt Rocco Damm, ein in der Region bekannter und vernetzter Vermögensverwalter. Mit zunächst drei Mitarbeitern wird er den Fokus auf die individuelle Vermögensverwaltung für eine kleine Zahl anspruchsvoller Kunden legen. Die Eröffnung der deutschlandweit zweiten Niederlassung ist der nächste Schritt der Wachstumsstrategie von Reuss Private Deutschland. Weitere Standorte sollen folgen.



Kommentar: Stillstand, nicht der Tod



Nichts ist mehr unmöglich. Erschütterte vor rund einem Jahr die Trump-Wahl die USA, bebte im November 2017 auch hierzulande die politische Erde. Während man bei allen Unruhen und Störfeuern in der Welt bislang immer darauf vertrauen konnte, dass sich in Berlin immer irgendwie eine Lösung, sprich Koalition, finden lässt, ist das seit dem 19.11.2017 Geschichte. Die FDP hat es tatsächlich gewagt und Jamaika platzen lassen. Das mediale Echo reichte daraufhin wenig überraschend von Katastrophenmeldungen über Schockstarren bis hin zu heraufbeschworenen Zeitenwenden.

Die Finanzmärkte reagierten hingegen gelassen auf das überraschende Aus der Jamaika-Verhandlungen. Der Dax hielt sich bei etwa 13.000 Punkten. Und das obwohl die Börse nichts so sehr hasst wie Unsicherheit. Ausgerechnet die hektischen Börsianer bleiben also gelassen. Aus gutem Grund. Erstens steckt Deutschland nicht mitten in einer wirtschaftlichen Krise, sondern entwickelt sich so robust wie seit den 80er-Jahren nicht mehr. Monate-langer politischer Stillstand kann in solch einer

Phase eher verkraftet werden als bei 5 Millionen Arbeitslosen. Zweitens hat die Wirtschaft – und damit auch die Börse – zwar auf eine FDP-Regierungsbeteiligung gehofft. Allerdings war bis zuletzt völlig unklar, welche Wirtschaftspolitik Jamaika wirklich bedeutet hätte. Drittens bleibt noch immer eine Resthoffnung auf eine vernünftige neue Regierung – ob mit oder ohne Neuwahlen.

Zu guter Letzt ist die deutsche Politik für Weltkonzerne wie BASF, Siemens oder SAP und ihre Anleger aber ohnehin zweitrangig. Ein Stillstand in der deutschen Politik ist für sie allenfalls ein kleines Ärgernis auf dem Heimatmarkt. An den grundlegenden Voraussetzungen auf den globalen Wirtschafts- und Finanzmärkten ändert er dagegen kaum etwas.



Von Michael Herrmann, AssCompact

Neuer nachhaltiger Aktienfonds von Standard Life

(ac) Standard Life Investments hat mit dem Global Equity Impact Fund einen neuen Nachhaltigkeitsfonds im Produktportfolio. Er orientiert sich vor allem an den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN binden den Rahmen für die Einzeltitelauswahl des Aktienfonds und sollen sowohl die Datensammlung als auch die Analyse erleichtern. Am Ende sollen nur Unternehmen herausgefiltert werden, die einen messbaren Nutzen für Umwelt, Gesellschaft und Kunden bringen.

35 bis 60 nachhaltige Aktien

Die Fondsmanager Sarah Norris und Dominic Byrne investieren vor allem in Unternehmen, deren Aktivitäten, Technologien oder Produkte Verbesserungen in Bereichen wie Gesundheit, Bildung oder Armutsbekämpfung bewirken. Der Unternehmenszweck muss zudem zukunftsweisend und langfristig ausgerichtet sein. Das Duo streut das Anlegerkapital auf 35 bis 60 Aktien verschiedener Branchen und Regionen und spricht sich dabei eng mit den Aktienanalysten und dem ESG-Team von Standard Life Investments ab.

ZBI schließt Immobilienfonds und legt Nachfolgefonds auf

(ac) ZBI hat den 2016 aufgelegten ZBI Professional 10 nach Ablauf der Zeichnungsfrist planmäßig geschlossen. Das Zeichnungsvolumen lag bei 156,2 Mio. Euro. Damit wurde das geplante Mindestvolumen deutlich übertroffen. Der Fonds ist laut ZBI trotz des zunehmend schwierigen Beschaffungsmarktes bereits größtenteils investiert. Die bislang erworbenen Objekte verteilen sich auf sieben Standorte im Bundesgebiet mit insgesamt 1.818 Wohnungen und 30 Gewerbeeinheiten. Ein weiteres Portfolio befindet sich aktuell in der Prüfung für den Ankauf.

Nachfolger ab sofort zeichenbar

Die Gesellschaft aus Erlangen hat zudem das Nachfolgeprodukt ZBI Professional 11 vorgestellt. Der Fonds kann ab sofort gezeichnet werden und bietet den Anlegern erneut die Möglichkeit, von der ZBI Einkaufsstrategie zu profitieren. Er soll eine ähnliche Strategie wie der Vorgänger verfolgen und sich somit auf die Investmentpotenziale von Wohnungsmärkten in Metropolregionen sowie Städten in zweiter Reihe konzentrieren. Durch die breite Streuung der Objekte sollen die Risiken vermindert und dadurch die Sicherheit und die Ertragschancen erhöht werden.

3 bis 5% jährliche Auszahlungen

Geplant sind Auszahlungen von anfänglich 3% pro Jahr, die sukzessive bis auf 5% pro Jahr ab dem Jahr 2026 ansteigen sollen. Der Gesamtmittelrückfluss ist auf 154,6% prognostiziert, was einem durchschnittlichen Ertrag vor Steuern von 5,3% pro Jahr entspricht. Die Hurdle Rate liegt bei 5,0% pro Jahr ab dem 01.01.2019 bis zum Ende der Fondslaufzeit. Darüber hinausgehende Gewinne werden hälftig zwischen den Anlegern und der ZBI aufgeteilt.

Nachhaltig. Zukunftsorientiert. Vielseitig.



Gesellschaftlicher und ökologischer Wandel vollziehen sich schneller als je zuvor. Unternehmen stehen damit vor enormen Herausforderungen. Welche Antworten sie jetzt darauf finden, beeinflusst ihre künftige Marktstellung und ihre Wachstumsaussichten erheblich. Denn nur anpassungsfähige und nachhaltige Geschäftsmodelle werden von den Veränderungen profitieren. Schroders findet solche Unternehmen. So erzielen wir langfristig Mehrwert für unsere Kunden.

Weitere Informationen
finden Sie unter

[schroders.de/nachhaltigkeit](https://www.schroders.de/nachhaltigkeit)

Schroders

Deutsche Lichtmiete legt zweites LED-Investment auf

(ac) Die Deutsche Lichtmiete hat den Vertrieb eines neuen Investments für Privatanleger gestartet. „Lichtmiete-EnergieEffizienz A+“ ist das zweite nach dem Vermögensanlagengesetz (VermAnlG) aufgelegte Angebot der Gesellschaft. Anleger erwerben dabei in Deutschland hergestellte LED-Industrieprodukte, die dann an Industrie und Gewerbe vermietet und zum Ende der Laufzeit wieder von der Deutschen Lichtmiete zurückgekauft werden.

Deutsche Lichtmiete bietet innerhalb des Investitionsprogramms sechs unterschiedliche Vermögensanlagen mit einem Gesamtvolumen von 40 Mio. Euro an. Vier davon beinhalten den LED Hallenstrahler concept light, zwei das LED Lichtband concept light. Zielgruppe der Anlage sind Privatinvestoren. Diese erhalten über eine Laufzeit von sechs Jahren quartalsweise attraktive Rückzahlungen von bis zu 14% jährlich. Am Ende der Mietlaufzeit werden die LED-Industrieprodukte zu einem Festpreis von 40% zurückgekauft. Die Erträge unterliegen der Abgeltungsteuer.

Privatanleger als Zielgruppe

Mit dem Geschäftsmodell von Kauf, Vermietung und Rückkauf der hochwertigen LED-Lichtprodukte hat die Deutsche Lichtmiete Unternehmensgruppe in den vergangenen Jahren gut 55 Mio. Euro Anlegerkapital bei rund 1.800 Investoren eingesammelt. An diesen Erfolg des Premierenprodukts soll die neu gestartete Vermögensanlage nahtlos anknüpfen.

Exporo knackt Rekordmarke und erweitert Produktpalette

(ac) Exporo hat mittlerweile 100 Mio. Euro Kapital zwischen Privatanlegern und Projektentwicklern vermittelt. In den knapp drei Jahren seit der Unternehmensgründung hat die Plattform rund 80 Projekte mit einem gesamten Projektvolumen von etwa 1 Mrd. Euro mitfinanziert. Die Zielerreichung des Hamburger Start-ups liegt bei 100%. Insgesamt 16,6 Mio. Euro wurden bereits an die Schwarminvestoren zurückgezahlt.

Einstieg in Crowdlending

Diesen Kurs will Deutschlands führende Plattform für digitale Immobilieninvestments fortsetzen und zudem seine Produktpalette erweitern. So soll zeitnah auch Crowdlending angeboten werden. Darlehen stellt Exporo dabei ausschließlich über Partnerbanken zur Verfügung und kauft diese Forderung dann in Echtzeit ab. Die ersten Projekte seien sehr erfolgreich gewesen, sodass Crowdlending nun dauerhaft umgesetzt werden soll. Darüber hinaus befindet sich Exporo aktuell im Genehmigungsverfahren für ein Finanzdienstleistungsinstitut. So sollen die Prinzipien des Crowdinvestings zeitnah auf den voll regulierten Markt übertragen werden.

NorthCapital ermöglicht Maklern und Vermittlern Investments in Rohedelsteine

(ac) Die skandinavische NorthCapital Group hat eine deutsche Tochtergesellschaft gegründet. Die NorthCapital Kontor GmbH kümmert sich ab sofort um das Management und die Betreuung von Großanlegern, institutionellen Anlegern wie Banken und Versicherungen, Pensionsfonds, Family Offices, Industriellen sowie Kapitalanlagevermittlern und Maklern, die an Investmentmöglichkeiten in hochwertige Rohedelsteine interessiert sind. Als neuer Teil der Firmengruppe bündelt die NorthCapital Kontor GmbH alle vertrieblichen Aktivitäten und übernimmt die Organisation, die Betreuung und das Controlling von Vertriebsgruppen und Maklerorganisationen.

Volle Konzentration auf Edelsteingeschäft

Während die NorthCapital Group im Allgemeinen auch in die Öl- und Gasindustrie sowie in Unternehmensbeteiligungen (M&A) investiert, soll sich die neue Gesellschaft ausschließlich auf das Edelsteingeschäft konzentrieren. Diese Zentralisierung soll die Verwaltung und Betreuung im Edelsteinsektor wesentlich verbessern.

Dies sei ein wichtiger Schritt, um das Thema rund um die Edelsteine bekannter zu machen, damit Investoren, Vermittler und Makler sowie deren Kunden vom boomenden Markt der Edelsteine profitieren können.



Edelsteine können nicht nur in Schmuck, sondern auch im Depot landen.

PATRIZIA Immobilien übernimmt TRIUVA

(ac) Die PATRIZIA Immobilien AG baut ihr Geschäft in Deutschland und Europa durch eine Übernahme deutlich aus. Die Augsburger übernehmen die TRIUVA Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH. Mit der Übernahme steigt das von PATRIZIA verwaltete Immobilienvermögen um rund die Hälfte auf über 30 Mrd. Euro. Damit rückt das Unternehmen unter die Top 10 der europäischen Immobilien-Investmentmanager auf. Außerdem erweitert PATRIZIA dank TRIUVA die Produktpalette. Zukünftig können institutionelle und private Investoren noch breiter in unterschiedliche Länder, Nutzungsarten und Risikoklassen investieren. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

9,8 Mrd. Euro Immobilienvermögen

TRIUVA ist einer der führenden Anbieter für Immobilieninvestments in Europa. Zum Portfolio gehören etwa 40 Fonds für mehr als 80 institutionelle Investoren. Insgesamt sind für TRIUVA rund 200 Mitarbeiter an 15 europäischen Standorten tätig. Das in Frankfurt ansässige Unternehmen konzentriert sich vor allem auf gewerbliche Immobilien im Büro-, Einzelhandels- und Logistiksektor sowie auf Infrastruktur. TRIUVA verwaltet ein Immobilienvermögen von rund 9,8 Mrd. Euro.

Vorzeitige Auszahlung bei ÖKORENTA Fonds

(ac) Der Alternative Investmentfonds ÖKORENTA Erneuerbare Energien VIII zahlt seine Vorabverzinsung früher aus als geplant. Bereits im November dieses Jahres werden den Anlegern die prospektierten 3% auf ihre Einlage ausbezahlt. Die Gesellschaft habe das Anlegerkapital schnell und gut investiert, wodurch bereits in diesem Jahr Rückflüsse erzielt wurden, die man vorzeitig an die Anleger weiterreichen wolle. Der Nachfolger ÖKORENTA Erneuerbare Energien IX ist noch bis Ende 2017 ab 10.000 Euro zeichenbar. Wie bei dem Vorgänger hat die ÖKORENTA parallel zur Platzierung bereits mit der Investition der Anlegergelder begonnen, sodass sich schon 8,5 Mio. Euro im Investmentprozess befinden.

Anzeige

Sach-
versicherung

Transport-
versicherung

Haftpflicht-
versicherung

Technische
Versicherung

Garantie-
versicherung



Wir können Zielgruppen. Sie sagen welche.

**Versicherungsschutz
für stationäre und mobile Maschinen**

- Allgefahren-Deckung
- Gleichbleibender Beitrag – kein Wert 3/71
- Unterversicherungsverzicht

www.makler.mannheimer.de

M
Mannheimer

2. AssCompact Roundtable: Die Zukunft des Investmentvertriebs

Der Vertrieb von Investmentprodukten wird sich zum Jahreswechsel massiv verändern. Welche Chancen und Herausforderungen bieten IDD, Investmentsteuergesetz, bAV-Reform & Co. für Makler und Berater? Diese Frage stand bereits in Ausgabe 08/2017 im Fokus eines großen AssCompact-Investment-Roundtables. Kurz vor dem Inkrafttreten der Reformen hat AssCompact erneut zur Diskussion über die Zukunft des Investmentvertriebs geladen.

Herr Holzki, sind die neuen regulatorischen Rahmenbedingungen in Form von IDD, Investmentsteuergesetz, Betriebsrentenstärkungsgesetz etc. für den Vertrieb von Investmentprodukten eher Chance oder Risiko?

Carsten Holzki Zurzeit eher ein Risiko. Jeder beschäftigt sich mit den neuen Anforderungen. Deswegen gibt es kaum Vertrieb. Wenn aber mal alles umgesetzt ist, kann gerade das Betriebsrentenstärkungsgesetz zur großen Chance werden, weil Investmentprodukte durch den Wegfall der Garantiepflcht in der bAV zum ersten Mal eine realistische Chance haben. Auch das Investmentsteuergesetz ist eine gute Chance. Steuer ist schließlich immer ein schönes Vertriebsthema – und Vertrieb fehlt eben momentan.

Dr. Frank Ulbricht Ich würde insgesamt auch mehr Chancen als Risiken sehen. Die regulatorischen Herausforderungen sollten bis Ende des ersten Quartals 2018 erledigt sein, sodass für das Gesamtjahr die Vertriebschancen überwiegen. Wenn man zum Beispiel die Zielmarkteignung, die ein zentraler Punkt der MiFID II ist, richtig angeht, wird es sicherlich einige Umschichtungen und Neuanlagen geben.

Wie wird sich die Produktwelt vor diesem Hintergrund verändern?

Karsten Schnapp Die Produkte dürften sich ganz klar in Richtung Managed Depots und vermögensverwaltender Fondslösungen verschieben.

Sabine Härtl Das ist richtig. Das Problem bei einer klassischen Einzelfondsauswahl ist, dass man als Berater mit dem Kunden vereinbaren muss, ob man die Risikoeignung regelmäßig überprüft oder nicht. Da sind vermögensverwaltende Lösungen natürlich im Vorteil, die diese Aufgabe für den Berater übernehmen.

Inwieweit verändern die neuen Regulatoriken nicht nur die Arbeit von Finanzberatern mit einer Zulassung nach dem §34f GewO, sondern auch den Arbeitsalltag von Versicherungsmaklern?

Schnapp Auch der klassische Versicherungsmakler muss die Geeignetheit jedes Jahr überprüfen – und das, obwohl viele

nicht gerade ein großes Faible für Fondsprodukte haben. Diese Prüfung regelmäßig vorzunehmen, ist gerade vor diesem Hintergrund eine große Herausforderung.

Ulbricht Genau deshalb sind vermögensverwaltende Lösungen der richtige Ansatz. Hinzu kommt das Thema Risikotoleranz. Welche Risiken der Kunde bereit ist, für welche Performance einzugehen, wird in der Beratung zukünftig eine deutlich größere Rolle spielen. Wenn die tatsächliche Risikotoleranz von der vorgegebenen Toleranz abweicht, ist der Kunde zudem zu informieren und der Vorgang auch zu protokollieren. Automatismen in Form von standardisierten Modellportfolios oder auch vermögensverwaltenden Lösungen auf Fondsbasis werden daher ohne Frage an Bedeutung gewinnen.

Holzki Ich sehe das ein bisschen anders. Die gemischten Portfolios werden zulegen, aber sie werden weiter eine Nebenrolle spielen. Im IFA-Markt werden die guten Berater, die überlebt und einen 34f haben, sich das Heft des Handelns nicht aus der Hand nehmen lassen wollen. Alle verstehen auch die Vorteile eines gemanagten Portfolios. Aber wie viele werden tatsächlich umgesetzt? Das wird sich in Zukunft vielleicht ein bisschen ändern, aber es wird nicht der Hauptmarkt sein.

Härtl Dieser Meinung bin ich auch. Der Vermittler wird das immer auf irgendeine Weise auch selber machen. Aber die Bereitschaft, für einen gewissen Kundenkreis gemischte Portfolios aufzunehmen, wird steigen. Der Vermittler muss schließlich zunehmen Zusatzleistungen erfüllen. Da ist es nachvollzieh-

bar, dass man sich auf die wichtigsten Kunden konzentriert und den Rest mit gemanagten Varianten bedient.

Rainer Kenner Wir reden hier aber von dem Vermittler, der sein Geschäft versteht und der sich darauf eingestellt hat, dass sich die Regulatorik jedes Jahr verschärft. Er wird die Herausforderungen managen. Die große Masse der Vermittler kommt durch die IDD nun aber in einen Bereich hinein, mit dem sie bisher noch nie etwas zu tun hatte. Welcher Vermittler, der eine fondsgebundene Police verkauft hat, hat bisher wirklich wissen müssen, was da drin ist? Diese Vermittler müssen ihren Kunden nun erst mal erklären, warum sie plötzlich so komische Sachen fragen.

Schnapp Wir müssen definitiv unterscheiden zwischen dem Versicherungsmakler, der seine Kernkompetenz im Versicherungsbereich hat, und dem 34f-Vermittler, der Fonds ohnehin schon immer vertrieben hat. Der klassische Versicherungsmakler wird sich entscheiden müssen, ob er Berater oder Asset-Manager sein will. Seine Kompetenz liegt dabei ganz klar im Ersteren. Er sollte Portfolios aus verschiedenen vermögensverwaltenden Produkten anbieten, die unterschiedliche Risikoprofile des Kunden bedienen. Dann kann der Makler sich voll darauf konzentrieren, das Risikoprofil des Kunden herausfinden. Die Versicherungsgesellschaften sollten ihn regelmäßig darüber informieren, ob die Produkte noch zu dem Risikoprofil des Kunden passen. Wenn die Kosten für diese Lösung auch noch niedrig sind oder gar vom Versicherer übernommen werden, hätte der Makler alle Fliegen mit einer Klappe geschlagen.

Kosten sind angesichts der Niedrigzinsen und der damit verbundenen geringeren Renditeaussichten ein wichtiger Punkt. Klappt so viel Service tatsächlich zu niedrigen Kosten?

Philipp Marquardt Das häufige Umschichten, wie es viele vermögensverwaltende Ansätze betreiben, ist mit Kosten verbunden. Die Frage ist, ob sich dieser viele Aufwand wirklich lohnt. Unser Ansatz ist daher ein anderer. Wir schichten nicht ständig nach Risiken um, sondern nehmen nur unser fixes

Rebalancing der Asset-Klassen vor. Dadurch sind die Kosten sehr günstig.

Härtl Wenn die Märkte stabil sind oder nach oben gehen, funktionieren solche Strategien. Wenn die Märkte aber sehr volatil werden, wäre ich vorsichtig. Gerade dann ist eine flexible Reaktion auf Marktentwicklungen im Vorteil, weil man gewisse Risiken vorübergehend herausnehmen kann.

Holzki Wir haben in der ganzen Branche einen hohen Kostendruck. Und die Branche kann diesbezüglich nicht mehr zurück. Es gibt keinen mehr, der die Kosten erhöhen kann. Es geht zur Zeit immer nur noch weiter nach unten. Die Margen werden immer enger.

Marquardt Die Frage ist, wie viele der vermögensverwaltenden Fonds sich angesichts der sinkenden Margen halten können. Der Aufwand wird im Gegensatz zu den Kosten schließlich nicht geringer. Das werden nicht alle überleben können.

Kenner Durch den Fokus auf die Kosten wird auch eine ganz andere Diskussion bekräftigt. Versicherer gehen vermehrt mit eigenen Kapitalverwaltungsgesellschaften in den Markt, weil sie auch innerhalb der Fondspolice kostenattraktive Fondslösungen bieten müssen. Versicherer, die eine eigene KVG haben, werden im Markt in Zukunft einen Vorteil haben, weil sie dieses Geschäft kostengünstig darstellen können.

Wie weit lassen sich die Kosten heute überhaupt noch weiter reduzieren?

Kenner Die Kosten zu reduzieren, bedeutet, den Anteil der passiven Elemente zu erhöhen. Da muss man sich immer die Frage nach dem Grenznutzen stellen. Nur im Hinblick auf Kosten zu optimieren kann nicht die Lösung sein.

Schnapp Die Indexschmuser haben aber auf jeden Fall ausgedient. Wer nur mehr oder weniger den Index abbildet, wird vom ETF verdrängt. Man kann natürlich auch wie beim ARERO ein festes Gerüst bestimmen, dass auf Sicht von 30 oder 40 Jahren funktionieren soll. Auch das ist aber nur eine von vielen Strategien. Daher bleibt die Streuung über Köpfe, Stile und Assets elementar. ▶



Im Rahmen der DKM 2017 diskutierten Vertreter der Investment- und Versicherungsgesellschaften über die Zukunft des Vertriebs von Investmentprodukten.

Marquardt Man darf ohnehin nicht die Erwartung wecken, dass es das eine Produkt gibt. Viele aktive Manager sind aber auch in fallenden Märkten nicht besser als der Markt. Über einen Zehnjahreszeitraum können 83% der Fondsmanager den Markt nicht schlagen. 40% dieser Fonds werden innerhalb dieses Zeitraums wieder geschlossen, 64% ändern zumindest ihre Strategie.

Gibt es aber nicht auch sehr gute Fondsmanager?

Marquardt Es gibt auf jeden Fall Manager, die es können. Wenn 95% des Handelsvolumens von professionellen Investoren kommen, ist es aber extrem schwierig, den Markt zu schlagen. Die Profis handeln nicht mit dem Ottonormalverbraucher, sondern mit anderen professionellen Anlegern.

Holzki Das aktive Fondsmanagement wird definitiv weiterleben. Seit zwei, drei Jahren gibt es zudem sehr gute Analysesysteme, die nicht mehr nur die reine Performance der Vergangenheit berücksichtigen und teils sogar kostenfrei zur Verfügung gestellt werden. Berater haben heute Zugriff auf vielfältige Kennzahlen. Gute Berater finden daher die 17% der guten Fonds.

Schnapp Bei ASSET STANDARD setzen wir bei der Fondsanalyse nur zu 50% auf Ertragskomponenten. Die anderen 50% sind Risikokomponenten wie etwa der maximale Verlust, den ein Anleger mit einem Produkt erlitten haben könnte. Genau das ist schließlich das, was viele Kunden interessiert: Wie groß sind die Schmerzen, wenn es nicht rund läuft, und wie lange musste ich die Schmerzen ertragen.

Kenner Was den Kunden wirklich interessiert, ist in der Tat nicht, welche Benchmark zugrunde liegt, sondern wer dafür sorgt, dass ich kein Geld verliere. Der Berater spielt dabei eine zentrale Rolle, indem er Modelle identifiziert, die er guten Gewissens anbieten kann. Über diese Frage wird sich die Spreu vom Weizen trennen. Da wird sich im Bereich der 34f-Berater einiges ändern.

Wie wird die Beratung zukünftig konkret aussehen?

Kenner Der Berater wird zunächst eine Geeignetheitsprüfung durchführen und ein Soll-Zielmarktprofil für den Kunden

entwickeln. Dieses wird dann mit jedem einzelnen Fonds abgeglichen, der dem Kunden empfohlen werden soll.

Ulbricht Und für die laufende Kontrolle helfen standardisierte und automatisierte Lösungen. Die Zielmarktbestimmung wird dazu führen, dass der Berater seine Beratung risikofreier gestalten kann. Die Auswahl der möglichen Fonds verdichtet sich. Dadurch sollte das Beratungsrisiko sinken. Insgesamt verfolgt die MiFID II ja den Portfolioansatz, das heißt, dass die Gesamtstruktur des Portfolios auch bei der Einzelberatung berücksichtigt wird.

Härtl Alternativ muss ich dem Kunden beim Abschluss ganz klar mitteilen, dass ich für das Portfolio nur zum Zeitpunkt der Zusammenstellung verantwortlich bin.

Wie wichtig sind digitale Helfer oder Dienstleister wie zum Beispiel Maklerpools bei der dauerhaften Beobachtung der Portfolioeignung?

Ulbricht Sehr wichtig. Bei der BCA wollen wir alles rein technisch lösen. Papierberge wird es nicht mehr geben. Alles andere wäre zu umfangreich und auch schwer zu tracken. Letzten Endes wird bei aller Technik aber immer der Berater eingreifen und auf den Kunden zugehen müssen, wenn Handlungsbedarf besteht.

Kenner Wenn man den Kunden zu Geldanlage oder Altersvorsorge fragt, stellt er immer eine Forderung: Es muss zu jeder Zeit absolut sicher sein. Mit der Sicherheit ist es aber wie mit dem Durst. Wenn ich viel Durst habe, dann ist wichtig, dass ich etwas zu trinken bekomme. Da reicht Wasser. Das bedeutet 0% Verzinsung. Irgendwann ist aber mein Durst gelöscht. Dann kann ich noch drei weitere Gläser Wasser hinstellen. Die trinkt aber keiner mehr. Dann will ich lieber etwas Gehaltvolleres.

Wenn man dem Kunden aufgezeigt hat, dass genügend Sicherheit vorhanden ist, kann man sehr wohl mit ihm über Chancen reden. Das wird nicht in einem Produkt lösbar sein, sondern muss in mehreren Etappen angegangen werden. Das wird dazu führen, dass Versicherungen und Investments immer stärker parallel verkauft werden und setzt voraus, dass



Philipp Marquardt, Sabine Härtl und Karsten Schnapp mahnen zu Diversifikation.



Dr. Frank Ulbricht will bei der BCA technische Lösungen für die Regulierung forcieren.

die Vertriebe dahingehend geschult werden, dass sich beide Welten nicht mehr länger ausschließen, sondern ergänzen.

Marquardt Man sollte den Kunden von Anfang an über die Volatilitäten und Risiken aufklären. Der Ottonormalkunde kann damit ja zunächst wenig anfangen und hat in der Regel eine völlig falsche Vorstellung davon. Wenn sie sich der Risiken nicht vorher bewusst sind, besteht die Gefahr, dass sie zu früh aussteigen – und zwar gerade dann, wenn die Märkte im Keller sind.

Kenner Die meisten Policen werden allerdings nicht gekündigt, weil die Volatilität zu hoch ist, sondern weil den Kunden die Liquidität fehlt, um die langfristige Altersvorsorge durchzuhalten. Das ist auch eine Aufgabe, die wir lösen müssen. Wir müssen dafür sorgen, dass der Kunde den Rücken frei hat, um seine langfristigen Sparziele durchzuhalten. Wir müssen ihn von Anfang an auf die Bedeutung einer ausreichenden Liquidität hinweisen, denn nur wenn sie vorhanden ist, kann er langfristig in die chancenreichen Märkte investieren.

Wie lässt sich das erreichen?

Schnapp Eine solche Lösung zu finden, ist Aufgabe des Vermittlers. Das geht nicht über einen einfachen Schieberegler im Internet.

Sollten Berater die neuen digitalen Angebote nicht fürchten?

Kenner Papierbasierte Prozesse sind tot. Alle Prozesse in der Beratung werden digitalisiert. Das sollte dem Berater keine Angst machen. Digitale Helfer unterstützen ihn letztlich dabei, keine Beratungsfehler zu machen. Sie schränken die Auswahl automatisch auf Produkte ein, die zur Zielmarktbestimmung passen, und helfen ihm, wenn es Handlungsbedarf in Sachen Risikoanpassung gibt.

Holzki Wir können uns gegen die Digitalisierung ohnehin nicht wehren. Wir werden in der nächsten Generation hauptsächlich digitalisierte Beratungsprozesse sehen. Der Berater kann sie für sich nutzen. Wenn der traditionelle Makler so weiter berät wie in den letzten 25 Jahren, wird er vom Markt verschwinden. Die junge Generation wächst mit digitalen Angeboten und Services auf. Das Handy ist vielfach bereits

das Lebenselixier. Wenn wir das ignorieren, verlieren wir diese Zielgruppe komplett.

Gibt es noch andere Zielgruppen, die derzeit noch nicht die richtige Beachtung finden?

Kenner Die Zielgruppe, um die wir uns in den nächsten Jahren intensiv kümmern sollten, ist mit unserem Berater alt geworden: die Zielgruppe 50plus. Diese Zielgruppe hat Geld. Sie fragt sich aber, wie lang das eigene Geld reicht und was sie sich in Zukunft noch leisten kann. Wer lebenslange Ausgaben hat, braucht lebenslange Einnahmen. Die ganze Branche hat sich bisher vor allem darum gekümmert, den Kunden von der Wiege bis zur Rente zu begleiten. Danach lassen wir ihn häufig allein. Der heute 60-Jährige wird aber im Schnitt 85. Ruhestandsplanung wird ein Megathema – für Versicherer wie auch für die Investmentindustrie. Auch hier wird die Digitalisierung eine wichtige Rolle spielen. Diese Zielgruppe braucht aber zugleich immer noch einen Berater.

Marquardt Wir müssen definitiv weg von dem Gedanken, dass die Kapitalmärkte keine Rolle mehr spielen, sobald man in Rente geht. Das funktioniert bei den aktuellen Zinsen und Lebenserwartungen definitiv nicht mehr. Es braucht vielmehr auch während der Rente noch einen Mix aus garantierten und kapitalmarktorientierten Elementen. ■



Rainer Kenner und Carsten Holzki raten Maklern, die Digitalisierung aktiv anzugehen.

» AssCompact-Investment-Roundtable – die Teilnehmer:

Sabine Härtl, Leiterin Mandats- & Vertriebsmanagement der DJE Kapital AG
Carsten Holzki, Head of Sales (Non-Banks) Germany der Invesco AM Deutschland GmbH
Rainer Kenner, Geschäftsführer der Gothaer Invest- und FinanzService GmbH
Philipp Marquardt, Key Account Manager Versicherungen bei ARERO – Der Weltfonds
Karsten Schnapp, Geschäftsführer der MMD Analyse & Advisory GmbH
Dr. Frank Ulbricht, Vorstand der BCA AG

„Viele Anleger unterschätzen noch die Auswirkungen demografischer Trends“

Interview mit Velislava Dimitrova und Aneta Wynimko, Fondsmanager des Fidelity Global Demographics Fund

Der demografische Wandel ist nicht zu stoppen – und er wird die Gesellschaften weltweit massiv verändern. Das birgt nicht nur Gefahren, sondern auch Anlagechancen. Diese will Fidelity mit dem Fidelity Global Demographics Fund nutzen.

Frau Dimitrova, mit dem Fidelity Global Demographics Fund setzen Sie auf das Potenzial der demografischen Entwicklungen. Wie definieren Sie diese?

Velislava Dimitrova Wir suchen nach Unternehmen, deren Wachstum in den nächsten drei bis fünf Jahren und darüber hinaus von Demografiereisen wie der Alterung der Bevölkerung, wachsenden Mittelschichten und dem Bevölkerungswachstum angekurbelt wird. Wir glauben, dass diese Trends langsam und vorhersehbar verlaufen. Sie dürften die kommenden Jahrzehnte prägen und in vielen Branchen und Ländern das Wachstum stützen.

Warum resultieren aus diesen Entwicklungen Ihres Erachtens Chancen für Anleger?

Aneta Wynimko Viele Anleger denken kurzfristig und unterschätzen noch die sich verstärkenden Auswirkungen demografischer Trends auf die Unternehmensgewinne. Wir dagegen wollen die Nutznießer des demografischen Wandels frühzeitig aufspüren und suchen nach Unternehmen, die innovative Produkte und Dienstleistungen für neue demografische Herausforderungen bieten. Besonders wichtig ist, ob diese Firmen in der Lage sind, ihre Gewinne kontinuierlich überdurchschnittlich zu steigern. Für eine Aufnahme ins Portfolio sind die individuellen Stärken eines Unternehmens und nicht seine Gewichtung im Index entscheidend.

Wie gehen Sie dabei vor?



Velislava Dimitrova

VD Wir suchen nach Aktien, die das Potenzial für starke langfristige Erträge haben. Dabei haben wir rund 600 Titel identifiziert, die zu unseren drei wichtigsten Demografiethemen passen. Die Anlageideen stammen von Fidelity-Analysten, anderen Fondsmanagern und externen Research-Anbietern. Aus diesen 600 Titeln wird eine Beobachtungsliste mit rund 200 Firmen erstellt. Dabei analysieren wir, welche Rolle demografische Faktoren für die Geschäftsmodelle, die langfristige Ertragsentwicklung und Produktinnovationen spielen. Die Aktien mit den attraktivsten Risiko-Ertragsprofilen bilden dann das Fondsportfolio aus rund 50 bis 70 Titeln.

Welche Bereiche bieten besonders interessante Anlagechancen?

AW Ältere Menschen haben andere Konsumbedürfnisse als jüngere. Alternende Gesellschaften müssen daher mehr Ressourcen für das Gesundheitssystem bereitstellen, denn chronische Krankheiten sind auf dem Vormarsch. Darüber hinaus dürften künftig mehr ältere Menschen alleine leben und auf Pflegedienste angewiesen sein. Insgesamt dürften die Ausgaben für Produkte und Dienstleistungen für Ältere steigen, ob für Seniorenheime, Brillen, Kreuzfahrten oder Ähnliches.

Eine alternde Bevölkerung bedeutet auch, dass weniger Menschen erwerbstätig sind. Unternehmen wird es daher künftig schwerer fallen, offene Stellen zu besetzen. Auch deshalb werden sie vermutlich die Automatisierung ihrer Produktion weiter vorantreiben. In alternden Gesellschaften könnte es auch zu vermehrter Zuwanderung jüngerer Arbeitskräfte kommen, was jedoch in vielen Ländern ein politisch heikles Thema ist. Tendenziell wird demografischer Wandel vor allem mit den westlichen Industrieländern verbunden. Aber auch in Asien werden die Menschen in einigen Ländern immer älter. Für Japan und China gilt das besonders.

Was sind typische Treiber der Anlage-themen des Fonds?

VD Wir sind für Ideen aus allen Branchen offen. Wichtig ist nur, dass sie von langfristigen demografischen Faktoren getrieben werden. In einigen Branchen finden sich aber natürlich mehr Anlagechancen als in anderen. Aktien von Konsum- und Grundbedarfsgüterfirmen profitieren zum Beispiel vom Bevölkerungswachstum und der aufkommenden

Mittelschicht in den Schwellenländern. Viele von ihnen sind Qualitätsfirmen, die bewiesen haben, dass sie mit der Zeit starke Marken aufbauen können.

Wie sieht das mit dem Gesundheitsbereich aus?

AW Das ist ein besonders großes Betätigungsfeld des Fonds. Eine Konsequenz alternder Bevölkerungen überall auf der Welt ist, dass Menschen künftig mehr für ihre Gesundheit ausgeben werden. Dazu trägt auch der wachsende Wohlstand in den Schwellenländern bei. Darüber hinaus stehen wir am Beginn einer Revolution im Gesundheitswesen. In der Genomik befinden wir uns in einer Phase, die vergleichbar ist mit der in der Computerindustrie in den 1970er-Jahren. Immer mehr innovative Behandlungsmethoden wie Gen- und RNA-Interferenztherapie werden entwickelt. Die Arzneimittelpipelines der Pharmakonzerne sind prall gefüllt. Dank neuer und besserer Therapiemöglichkeiten leben die Menschen länger und geben mehr für ihre Gesundheit aus. Dieser Trend verstärkt sich also selbst und schafft auf lange Sicht überaus günstige Rahmenbedingungen für die Gesundheitsbranche.

Aktien aus der Gesundheitsbranche haben zuletzt aber nicht sehr erfolgreich geliefert. Wie erklären Sie das?

AW Im letzten Jahr haben viele Gesundheitsaktien die Performance belastet. Allerdings muss dies im Kontext der Unsicherheit über die Medikamentenpreisentwicklung rund um die Präsidentschaftswahl in den USA gesehen werden. Das heizte die Kursschwankungen bei Gesundheitsaktien an. Aber auch unternehmensspezifische Entwicklungen haben die Wertentwicklung gebremst. So blieb etwa die Allergan-Aktie nach Absage der Fusion mit Pfizer und den nach unten korrigierten Prognosen hinter dem Markt zurück. Aktien von Novo Nordisk litten im vergangenen Jahr unter dem zunehmenden Wettbewerb billigerer Kopien komplexer biologischer Medikamente, sogenannter Biosimilar-Produkte. Das Unternehmen ist jedoch Marktführer bei Diabetes-Medikamenten, gemessen an den Absatzmengen in einem Markt, der von drei Anbietern beherrscht wird. Novo Nordisk profitiert daher von demografi-

schen Wachstumstrends wie veränderten Ernährungsgewohnheiten und Lebensstilen. Darüber hinaus dürfte dem Unternehmen in den nächsten Jahren die extrem gut gefüllte Pipeline mit neuen Produkten zugutekommen.

Welche Branchen stehen noch im Fokus?

VD Finanzdienstleister etwa. Sie sollten von der längeren Lebenserwartung profitieren, da die Menschen stärker für die Rente vorsorgen müssen. Problematisch könnte ein Engagement in diesem Bereich jedoch für Anleger sein, die sich ausschließlich bei strukturellen Wachstumsthemen engagieren wollen. Der an sich günstige demografische Faktor wird bei Finanzunternehmen oftmals von anderen variablen Faktoren wie Entwicklungen in Wirtschaft und Politik sowie der Regulierung überlagert. Das hat die globale Finanzkrise gezeigt. Mit diesen anderen Faktoren gehen höhere Risiken einher, die die strukturellen Vorteile mindern und es den Firmen erschweren, nachhaltig zu wachsen.

Sie ordnen die Titel in unterschiedliche Kategorien ein. Wie unterscheiden diese sich?

VD Das ist einmal die Kategorie „Gewinner von heute“ / langfristige Gewinner. Dazu zählen wir vor allem international führende und in ihren jeweiligen Produktkategorien dominierende Firmen. Sie profitieren bereits von demografischen Trends, die es ihnen ermöglichen, seit vielen Jahren ein solides Gewinnwachstum und selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten hohe Renditen zu erwirtschaften. In der Regel sind das größere, in Industrieländern börsennotierte Unternehmen. Häufig verfügen sie über weltweit engmaschige Netzwerke, über die sie den demografischen Wandel in den Schwellenländern gewinnbringend nutzen können. Diese verlässlichen Unternehmen bilden den Kern des Fonds. Typische Beispiele sind Colgate-Palmolive, LVMH oder L'Oréal.

Entsprechend dazu gibt es die „Gewinner von morgen“ / Marktführer in neuen Wachstumsmärkten, die tendenziell in Schwellenländern notiert sind. Meist sind sie stärker auf nationale oder regionale Märkte fokussiert und haben eine kleine bis mittlere Marktkapitalisierung. Ihr Renditepotenzial ist höher, dafür aber schwanken ihre Kurse auch stärker. Deshalb sind sie oft nur mit kleineren Positionen im Portfolio vertreten. Beispiele sind die indische Bank HDFC und die in Hongkong ansässige Versicherung AIA Group. Zur Abrundung des Portfolios führen wir auch eine Kategorie „Gewinner von morgen“ / Produktinnovatoren. Dazu gehören Firmen, die neuartige, direkt von Demografiethemen profitierende Produkte auf den Markt bringen, die auf starkes künftiges Wachstum hoffen lassen. ■



Aneta Wymirko

„Finanzdienstleister sollten von der längeren Lebenserwartung profitieren, da die Menschen stärker für die Rente vorsorgen müssen.“



Anbieter, Vertriebe, Anleger: Wem nützt die Investment AG?

Auf geht's in die nächste Runde: Die Investment AG nimmt einen zweiten Anlauf in die Welt der geschlossenen Sachwertinvestments. Das hat nicht nur Folgen für Anbieter, sondern auch für die Vertriebe und Anleger – zumal einige aktuelle Entwicklungen die Attraktivität der Investment AG fördern.

Seit gut vier Jahren ist das Kapitalanlagegesetzbuch (KAGB) in Kraft, aber die Platzierungszahlen von Sachwertbeteiligungen haben sich immer noch nicht von dem Regulierungsschock erholt – nur sieben Neuemissionen zählte Scope im dritten Quartal 2017. Liegt das nur an den Anforderungen der gesetzlichen Grundlage oder scheuen Vertriebe und Anleger generell vor Sachwertinvestments zurück? Die zahlreichen Angebote unter dem Vermögensanlagengesetz stützen diese Vermutung – doch auch der gegenläufige Schritt hin zu mehr Regulierung, hinein in eine voll regulierte Anlagewelt, ist denkbar und wird aktuell vorbereitet: Die Investment AG nimmt einen zweiten Anlauf in die Welt der geschlossenen Sachwertinvestments.

Mehr Komplexität als eine KG

Wir erinnern uns: Bereits 2016 hatte die DB Private Equity mit der Deutsche Invest Reale Werte geschl. Investment AG den Versuch unternommen, Investitionen in die Sektoren Immobilien, Infrastrukturanlagen (einschließlich Energie) und Transport via Investment AG an den Anleger zu bringen. Doch der Zuspruch blieb aus, die Anbieterin zog das Produkt

Für Anleger mit Spitzensteuersatz liegt der steuerliche Vorteil der Investment AG bei Immobilieninvestments während der Laufzeit bei rund 20 Prozentpunkten.

zurück. Kein Wunder: Die Investment AG mit fixem Kapital als eine von zwei zulässigen Rechtsformen für geschlossene Fonds ähnelt der luxemburgischen SICAV und unterliegt, solange das KAGB nichts anderes vorschreibt, dem Aktienrecht. Sie benötigt deshalb einen Wertpapierprospekt und bringt so im Vergleich zur KG ein Mehr an Komplexität mit sich. Sie lohnt sich deshalb erst bei größeren Anlagevolumina ab etwa 30 Mio. Euro, schätzt Dr. Christian Reibis vom internationalen Beratungsunternehmen Baker Tilly, das aktuell eine Investment AG vorbereitet. Da klassische AIFs häufig mit niedrigeren Eigenkapital-

volumina in die Platzierung gehen, bietet es sich bei Bedarf an, in einer Investment AG als Portfoliolösung mehrere Assets, etwa direkte und indirekte Investitionen und sogar Zweitmarktinvestments, zusammenzufassen.

Investmentsteuergesetz

Welche Entwicklungen fördern aktuell die Attraktivität der Investment AG? Dafür gibt es eine ganze Reihe von guten Gründen, ist Martina Hertwig überzeugt. Zunächst tritt am 01.01.2018 das Investmentsteuergesetz in Kraft, es sieht eine Besteuerung nach dem Trennungsprinzip vor – sowohl aufseiten des Investmentfonds als auch aufseiten des Anlegers. Die AG unterliegt der Körperschaftsteuer in Höhe von 15% plus Solidaritätszuschlag, der Anleger zahlt 25% Abgeltungsteuer plus Soli. So weit, so gut – noch deutlich besser sieht es bei Immobilieninvestments aus: § 20 Abs. 3 InvStG sieht eine Teilfreistellung von der Besteuerung vor, falls mindestens 51% des Nettoinventarwerts der AG in Immobilien investiert sind, so dass beim Anleger nur noch 40% der vom Fonds erwirtschafteten Einkünfte besteuert werden. Für einen Anleger mit Spitzensteuersatz liegt der steuerliche Vorteil der Investment AG bei Immobilieninvestments während der Laufzeit demnach bei rund 20 Prozentpunkten, rechnet Martina Hertwig vor. Betrachtet man einen eventuellen Veräußerungsgewinn, hat die KG wiederum die Nase vorn: Hier ist der Veräußerungsgewinn steuerfrei, bei der Investment AG wird er analog zu den laufenden Einkünften besteuert.

Gewerblicher Grundstückshandel

Gerade wenn der Schwerpunkt des Portfolios auf Immobilieninvestments liegt, hat die Investment AG einen weiteren Vorteil zu bieten, auf den Thomas Milkoreit von der HTB Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im „Fondsbrief“ hinweist: Objektveräußerungen bei Dachfondskonstruktionen oder bei Beteiligungen an mehreren Immobilien in einem Jahr bergen das Risiko, dass dem Anleger ein gewerblicher Grundstückshandel unterstellt wird. Die Investment AG als Kapitalgesellschaft hingegen schirmt den Anleger, anders als die Personengesellschaft KG, davor ab.

Zeichnungsprozess vs. Aktienwerb

Darüber hinaus kann die Investment AG Vorteile für den (Banken-)Vertrieb mit sich bringen, aus dessen Reihen die ersten Rufe nach ihrem Revival im Sachwertsegment kommen. Zwar bleibt auch die Investment AG ein geschlossenes Konstrukt und ist ihre Aktie demnach nicht frei handelbar, dennoch ist die Abwicklung deutlich einfacher als bei der Zeichnung eines KG-Anteils: Der Anleger erwirbt eine oder mehrere Aktien der Investment AG, während der Zeichner eines KG-Anteils als Kommanditist eingetragen werden muss. Bankkunden, die bereits über ein Depot verfügen, können sich so in der Regel Identifizierung und Geeignetheitsprüfung sparen, erklärt Martina Hertwig, und durchlaufen lediglich den ihnen bekannten zügigen Prozess des Wertpapiererwerbs. Dadurch kann die Hemmschwelle zum Erwerb einer Sachwertbeteiligung sinken. Einen Überblick über den Erwerbsprozess leistet die folgende Grafik:

Prozess des Aktienerwerbs im Überblick

- Keine Zeichnung der Aktien durch Anleger, sondern Kauf von der Investment AG
- Verbriefung in einer Globalurkunde → Sammelverwahrung über Clearstream (Zentralverwahrer)



Die depotfähige Aktie mit Wertpapierkennnummer erleichtert und unterstützt somit wesentlich den angestrebten elektronischen Zeichnungsprozess. Nicht zuletzt die schwerfällige herkömmliche Umsetzung der Entscheidung für eine Anlage in Sachwerten wird verschiedentlich als Hindernis für eine Erholung der Sachwertbranche gesehen – gerade die Millennials bevorzugen unkomplizierte Online-Investments und bevorzugen deshalb tendenziell Crowdfunding vor dem

klassischen AIF. Unter diesem Aspekt ist die Investment AG mit einer wesentlich kleinteiligeren Stückelung, als sie der geschlossene AIF erlaubt, deutlich konkurrenzfähiger. Im Vergleich zum Crowdfunding, das meist in Form von Nachrangdarlehen erfolgt, bietet sie allerdings nicht nur die jährliche Bewertung nach Aktienrecht, sondern eine deutlich stärkere Rechtsposition. Für den klassischen AIF, der gerade erst den Weg zur digitalen Zeichnung beginnt, erwächst damit in der Investment AG ein zweiter, in vielerlei Hinsicht bedrohlicherer Konkurrent.

Wer macht den ersten Schritt?

Die Einordnung der Investment AG hinsichtlich Sachwert oder liquide Assets in enger Abstimmung mit dem Bankenvertrieb muss allerdings erst noch erfolgen, nicht nur in dieser Hinsicht bleibt also noch eine Menge Pionierarbeit zu leisten. So kurz nach der aufwendigen Umsetzung des KAGB schrecken viele Anbieter davor zurück, sofort den nächsten arbeits- und kostenaufwendigen Regulierungsschritt zu tun. Regulierung ist allerdings keine Eintagsfliege, sondern eine kontinuierliche Herausforderung für Anbieter, Vertriebe und Anleger, betont Martina Hertwig. Auch ohne Investment AG kommt mit MiFID II ein neuer Pflichtenkatalog auf Anbieter zu; Zielmarktbestimmung, Geeignetheitserklärung und Gesamtkostenquote sind nur Stichworte für die neuen Aufgaben. Die Investment AG ist ein (möglicher) weiterer Schritt hinaus aus dem grauen Kapitalmarkt, hinein in die voll regulierte Welt, und als solcher eine echte Chance für die Sachwertbranche, den Stellenwert im privaten Portfolio zu verteidigen, der ihr gebührt. ■

Bayern sind Deutschlands größte Sparfüchse

(ac) Die Sparquote der deutschen Haushalte ist im bundesweiten Durchschnitt im Vergleich zum Vorjahr leicht von 9,6 auf 9,7% gestiegen. Die meisten Sparer wollen nicht in erster Linie Erträge oder Zinsgewinne erwirtschaften, sondern setzen auf Sicherheit. Das zeigt eine aktuelle TNS-Emnid-Umfrage im Auftrag der Postbank. Jeder fünfte Sparer gibt sein Geld demnach nicht einer Bank, sondern bewahrt es in den heimischen vier Wänden auf – obwohl es im Falle eines Einbruchs dann nicht geschützt ist.

Bayern mit höchstem Zuwachs

Regional gibt es deutliche Unterschiede im Sparverhalten. Größte Sparfüchse sind die Bayern. Die Einwohner des Freistaates legten 2016 im Schnitt 2.124 Euro zur Seite. Der Abstand zu Platz 2 ist bereits beträchtlich. Dort rangiert Schleswig-Holstein mit 1.527 Euro, gefolgt von Niedersachsen (1.202 Euro) und Baden-Württemberg (1.050 Euro). Schlusslicht ist Sachsen-Anhalt. Dort lag der durchschnittliche Zuwachs der Spareinlagen bei 276 Euro. Generell ist ein Ost-West-Gefälle zu beobachten. Die anderen neuen Bundesländer Sachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Thüringen zählen ebenfalls zu den Schlusslichtern der Spartabelle.

Viele junge Leute sparunwillig

Bei der jungen Bevölkerung herrscht aktuell aber eher eine Sparflaute. Der Umfrage zufolge hat jeder neunte unter 30-Jährige kein Interesse daran, Rücklagen zu bilden. Der Durchschnitt bei allen Befragten liegt bei 6%. Für jeden Siebten innerhalb der Altersgruppe der 16- bis 29-Jährigen gilt: „Erst kaufen, dann zahlen.“ Unter allen Teilnehmern der Postbank-Umfrage denkt dagegen nur jeder Zwölfte so. Dabei könnten die jungen Menschen durchaus Geld zur Seite legen. Der Anteil derer, die nicht genug verdienen, um zu sparen, beträgt lediglich 5%.

ING-DiBa knackt 2-Millionen-Marke

(ac) Die ING-DiBa setzt ihren konstanten Wachstumskurs in Deutschland fort. Die Direktbank hat bei der Anzahl der Girokonten erstmals die Marke von zwei Millionen erreicht. Damit hat die Bank ihren Kundenstamm innerhalb von vier Jahren in etwa verdoppelt. Allein im Jahr 2016 wuchs die Anzahl der Girokonten im Vergleich zum Vorjahr um knapp ein Viertel. Die ING-DiBa will angesichts dieses Erfolges für ihre Girokonten nach wie vor eine kostenlose Kontoführung ohne Bedingungen anbieten sowie die girocard und die VISA Card ohne Kosten bereitstellen.

Baufinanzierungshöhen steigen auf Rekordstand

(ac) Dr. Klein hat den Trendindikator Baufinanzierung (DTB) für den Monat Oktober veröffentlicht. Die Deutschen nehmen für die Finanzierung der eigenen vier Wände demnach mit durchschnittlich 204.000 Euro so viel Geld auf wie noch nie. 2016 wurde die 200.000-Euro-Grenze nur in einem Monat knapp überschritten. Anfang 2017 belief sich die Darlehenshöhe auf etwas über 190.000 Euro. Dass Kreditnehmer sich immer mehr Geld für die Finanzierung ihrer Immobilie von der Bank leihen, passt laut Dr. Klein zum Anstieg der Haus- und Wohnungspreise. Der Trendindikator Immobilienpreise des Baufinanzierungsspezialisten zeige in den Metropolregionen eine stetige Steigerung.

Niedrige Raten und lange Zinsbindungen

Die Standardrate bleibt hingegen relativ stabil. Grund sind die zuletzt wieder gesunkenen Zinsen. Seitdem sie sich im Herbst letzten Jahres mit 419 Euro auf dem Tiefststand befand, war sie bis August 2017 kontinuierlich auf 469 Euro angestiegen. Im Oktober-Wert lag sie dank leicht gesunkener Zinsen wieder bei nur 456 Euro. Damit liegt sie in etwa so hoch wie im April und Mai 2017. Bauherren setzen zudem auf eine lange Zinsbindung. Kreditnehmer sicherten sich den Bauzins im Oktober weiterhin durchschnittlich für rund 13 Jahre und sechs Monate.

Mehr Eigenkapital und stabile Tilgungen

Die Zahlen zeigen zudem, dass sich die Haushalte nicht stärker verschulden. Der fremdfinanzierte Anteil des Immobilienwertes in Form des Beleihungsauslaufs bleibt konstant auf einem soliden Niveau knapp unter 80%. Das bedeutet, dass Finanzierende zwar mehr Geld aufnehmen, sie gleichzeitig aber mehr Eigenkapital einbringen. Auch der stabile Tilgungssatz von 2,89% zeugt weiterhin von einem soliden Finanzierungsverhalten.



Für die Eigenheimfinanzierung nehmen die Deutschen so viel Geld wie nie zuvor auf.



**KV-Voll:
Beitragsstabil
bis 1.1.2019!**

Hand in Hand ist ...

... wenn das Zusammenspiel stimmt.

Hand in Hand ist ...

HanseMerkur



Bieten Sie Ihren Kunden – ob preissensibel oder leistungsorientiert – einen echten Mehrwert mit unserer einfachen und neuen PKV-Produktstruktur, die allen Vergleichen standhält. Damit sind Sie und Ihre Kunden stark aufgestellt! Das gilt auch für unsere ganz neuen Produkte: Mit Business Fit für Angestellte, Be Fit für Beamtenanwärter, Kids Fit für Kinder und Fit Pflege Schutz für junge Einsteiger können Sie Ihren Kunden erstklassige Leistungen zu günstigen Beiträgen anbieten. Überzeugen Sie sich jetzt von unserer Expertise und lassen Sie uns Hand in Hand durchstarten.

Was können wir als starker, unabhängiger Versicherer für Sie tun?

mehrwert@hansemerkur.de

Gute Stimmung unter deutschen Immobilienfinanzierern

(ac) Die Stimmung bei den deutschen Immobilienfinanzierern verbessert sich weiter. Das BF.Quartalsbarometer ist im vierten Quartal 2017 von 0,02 auf ein neues Jahreshoch von nun 0,6 Punkten gestiegen. Damit zeigt der Barometerwert einen ausgeglichenen Finanzierungsmarkt an. Insgesamt schätzen 39% der Institute die Lage positiv ein. Das sind etwas mehr als im Vorquartal. Im Gegenzug erwartet keiner der Experten restriktivere Finanzierungsbedingungen.

Keine Wende in der Zinspolitik zu erwarten

Von der Europäischen Zentralbank (EZB) sind den Befragten zufolge mittelfristig keine gravierenden Änderungen der Zinspolitik zu erwarten. Die Notenbank weitet ihr Engagement immer noch aus – sie hat lediglich das Tempo der Ausweitung Ende Oktober 2017 etwas reduziert. Vor diesem Hintergrund dürfte die Nachfrage nach alternativen Immobilienfinanzierungsinstrumenten wie Anleihen oder Mezzanine-Kapital auch 2018 hoch bleiben.

Höhere Risikobereitschaft

Ein wichtiger Trend in diesem Quartal ist, dass die Banken wieder höhere Risiken eingehen. Sowohl Loan-to-Values (LTV) bei Bestandsimmobilien als auch Loan-to-Costs (LTC) bei Projektentwicklungen sind deutlich angestiegen. Der durchschnittliche LTV erreicht mit 72,0% sogar den Höchstwert seit Erhebung des Barometers. Der LTC liegt im Schnitt bei 74,5% und erreicht damit immerhin den höchsten Stand seit dem vierten Quartal 2014. Den Banken gelingt es aber auch besser, sich diese Risiken vergüten zu lassen. Die Margen sind bei Projektentwicklungsfinanzierungen um 8 auf 207 Basispunkte gestiegen, bei Bestandsfinanzierungen um 4 auf 140 Basispunkte.

Factoring-Markt bleibt auf Wachstumskurs

(ac) Deutschlands mittelständischer Factoring-Markt wächst unverändert weiter an. Für das erste Halbjahr 2017 weist der Bundesverband Factoring für den Mittelstand (BFM) ein Umsatzplus von 9% gegenüber dem Vorjahreszeitraum aus. Zugleich ist die Zahl der Factoring-Nutzer um ein Zehntel gestiegen. Damit verfestigt sich der Trend der Vorjahre. Für die nächsten Monate zeichnet sich laut BFM ebenfalls eine Aufwärtsbewegung ab. 67% der mittelständischen Factoring-Anbieter erwarten steigende Umsätze, 28% eine konstante Entwicklung, wie die Verbandsumfrage ergab.

Gefragte Vorteile

Das steigende Interesse an Factoring zeigt sich auch in einer repräsentativen Studie, für die mehr als 1.500 KMU befragt wurden. Demnach hält jeder zweite Finanzentscheider das Factoring-Prinzip für vorteilhaft. Gleiches gilt für den damit verbundenen Ausfallschutz. Drei von vier Entscheidern hält aber noch die mangelnde Vertrautheit davon ab, Factoring einzusetzen. Rein kreditbasierte Finanzierungen verlieren aber an Zustimmung. 57% der befragten Mittelständler wollen bei der Liquiditätsbeschaffung bankenunabhängiger werden.

BaFin mahnt veraltete IT deutscher Banken

(ac) Eine sichere IT-Infrastruktur ist gerade für Banken ein wichtiges Thema. Schließlich fallen hier viele sensible Daten an. In der Realität sind aber offenbar viele Systeme veraltet. Die BaFin hat daher nun „Bankaufsichtliche Anforderungen an die IT“ (BAIT) veröffentlicht, um einer veralteten IT-Ausstattung entgegenzuwirken. Gerade in einer globalisierten Finanzwelt, in der immer mehr Menschen digital zahlen beziehungsweise Geld transferieren und in der viele Anleger ihre Geldanlage online bestreiten, haben IT-Governance und Informationssicherheit für die Aufsicht inzwischen den gleichen Stellenwert wie die Ausstattung der Institute mit Kapital und Liquidität.

Zentraler Baustein der IT-Aufsicht

Die neuen Anforderungen sind sofort gültig und sollen einen zentralen Baustein der IT-Aufsicht im deutschen Bankensektor darstellen. Unter anderem muss jedes Institut zukünftig eine IT-Strategie festlegen, die Wege beinhaltet, wie die digitale Struktur der Bank weiterentwickelt werden kann. Auch einen Notfallplan müssen die Institute erarbeiten. Zudem hat die BaFin die Anforderungen an Datensicherheit und Systemüberwachung konkretisiert sowie festgelegt, was deutsche Banken bei der Auslagerung von Geschäftsteilen an Drittunternehmen beachten müssen.



Die BaFin will für mehr Sicherheit in der IT-Infrastruktur der Banken sorgen.

Bausparer sparen mehr und sind früher am Ziel

(ac) Wer bauspart, hat eine höhere Sparquote, wird wahrscheinlicher Wohneigentümer und zieht den Erwerbszeitpunkt um mindestens zwei Jahre nach vorne. Das zeigt eine Studie des Forschungsinstituts empirica in Zusammenarbeit mit LBS Research. Die Wissenschaftler haben erstmals anhand der Daten des sozioökonomischen Panels (SOEP), einer repräsentativen Wiederholungsbefragung von ca. 12.000 Privathaushalten, den Einfluss des Bausparens auf die Ersparnis- und Wohneigentumsbildung privater Haushalte untersucht.

102 Euro mehr pro Monat

Die Auswertung der SOEP-Daten ergibt, dass Haushalte mit Bausparvertrag monatlich 718 Euro sparen. Das sind rund 17% bzw. 102 Euro mehr als bei den Haushalten ohne Bausparvertrag. Dieser positive Zusammenhang bleibt auch dann bestehen, wenn wichtige Einflussgrößen wie Haushaltsnettoeinkommen, Familienstand oder Kinderzahl „herausgerechnet“ werden. Die Forscher haben zudem ausgewertet, ob Mieter, die zu Wohneigentümern werden, zuvor über einen Bausparvertrag verfügten oder nicht. Das Ergebnis: 60% der Bauherren und Käufer waren Bausparer. Damit sei bestätigt, dass ein Bausparvertrag die Wahrscheinlichkeit eines späteren Wohneigentumserwerbs erhöht. Tatsächlich dürfte der Einfluss des Bausparens auf die spätere Wohneigentumsbildung sogar noch größer sein.

Früher ins Eigenheim

Wohneigentumserwerber mit Bausparvertrag sind beim Kauf durchschnittlich 39 Jahre alt. Damit sind sie im Mittel zwei Jahre jünger als Erwerber ohne Bausparvertrag. Ökonometrische Analysen deuten den Forschern zufolge jedoch auch hier darauf hin, dass der Vorsprung der Bausparer tatsächlich größer ausfällt, wenn man die unterschiedlichen Rahmenbedingungen berücksichtigt. Insgesamt dürfte die Differenz bis zu fünf Jahre betragen.

FÜREINANDER EINSTEHEN ZAHLT SICH JETZT DOPPELT AUS.

NUR DIE
LIEBE
SPART



Bis zum 31.12.2017 Paar-Bonus*
für Ihre Kunden sichern.

50 €
PAAR-BONUS*



vep.europa.de/liebe

EUROPA
VERSICHERUNG PUR.

*Teilnahmebedingungen: Diese Aktion gilt, wenn zwei Partner (Ehepartner, unverheiratete Paare, Lebenspartner nach dem Lebenspartnerschaftsgesetz), die im gleichen Haushalt leben (identische Postadresse), jeweils eine Risiko-Lebensversicherung (E-RL, E-RLP, E-VRL) beantragen und abschließen. Die Anträge müssen gleichzeitig und zusammen mit dem beigefügten „Gutschein“ in der Zeit vom 15.09.2017 bis zum 31.12.2017 bei der EUROPA eingereicht werden. Jeder Antrag wird dann von uns gesondert geprüft. Der Vertrag, der zeitlich als Zweites zustande kommt, erhält ein Beitragsguthaben (bereits ab der ersten Fälligkeit) in Höhe von 50 €. Alle fälligen Beiträge dieses Vertrags werden automatisch mit dem Guthaben verrechnet, bis dieses aufgebraucht ist. Für die Teilnahme an der Aktion ist die Zahlung per SEPA-Lastschriftverfahren erforderlich. Sollte es nicht zum Abschluss beider Verträge kommen oder sind die oben genannten Voraussetzungen nicht erfüllt, erhält der Vertrag kein Beitragsguthaben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, keine Barauszahlung, Teilnahme ab 18 Jahren, Ansprüche nicht übertragbar. Nicht mit anderen Aktionen kombinierbar.



Sale & Lease back – Stille Reserven sinnvoll nutzen

Das Modell „Sale & Lease back“ kann nicht nur für Unternehmen, sondern auch für Privatpersonen von Interesse sein. Das beste Beispiel hierfür ist die Veräußerung der eigenen Immobilie und die anschließende Rückanmietung. Entsprechende Unterstützung und Beratung bieten die Finanzierungsexperten von PLANETHYP.

Liquidität aus eigenen Vermögenswerten zu schaffen, ist bei Unternehmen Gang und Gäbe. Der Verkauf von Wirtschaftsgütern wie Maschinen, Anlagen, aber auch Immobilien mit anschließender Weiternutzung ist eine vielfach genutzte Finanzierungsmöglichkeit. Selbst Aristoteles war bereits der Ansicht, dass Reichtum nicht im Eigentum, sondern im Gebrauch der Dinge läge – eine These, die an Aktualität nicht eingebüßt hat, wie das sogenannte „Sale & Lease back“-Modell zeigt. Durch Verkauf und Rückanmietung von Eigentum profitieren Unternehmen u. a. von:

- schnell verfügbarem Kapital aus stillen Reserven
- Möglichkeit zur Tilgung von Krediten und Verkürzung der Unternehmensbilanz
- Erhöhung des Eigenkapitals und zusätzlichen Steuervorteilen
- Verbesserung der Bonität bei Kreditgebern und Rating-agenturen
- Liquiditätsgewinnung zur Förderung des Unternehmenswachstums

Was sich aus unternehmerischer Sicht als sichere Finanzierungsvariante präsentiert, kann auch für Privatpersonen von großem Interesse sein. Wenn sich Lebenssituationen verändern, fehlen oftmals die eigenen Rücklagen, um finanzielle Engpässe zu meistern.

Immobilienverkauf zur Alterssicherung

Wer sein Leben lang in die eigene Immobilie investiert hat, möchte diese auch im Alter nicht aufgeben. Doch oftmals bleibt nach Deckung der laufenden Kosten nur wenig von der Rente übrig, um den gewohnten Lebensstandard aus Arbeitnehmerzeiten zu halten. Ein Verkauf ohne Umzug stellt sowohl für den Verkäufer als auch für den Käufer eine optimale Lösung dar.

Die Veräußerung des eigenen Hauses oder der Eigentumswohnung und die anschließende Rückanmietung sorgt für eine finanzielle Absicherung auf Verkäuferseite, ohne die gewohnte Umgebung verlassen zu müssen. Der Verkauf erfolgt meist zum aktuellen Marktpreis, was gerade in heutigen Zeiten zu

durchaus erfreulichen Summen führt. Dieses gewonnene Zusatzeinkommen schafft einen klar definierten finanziellen Freiraum – das freigesetzte Kapital kann zum einen zur Aufbesserung der monatlichen Rente verwendet oder in gewinnbringendere Kapitalanlagen investiert werden.

Weitere Vorteile ergeben sich durch den Ausschluss einer Kündigung zwecks Eigenbedarfs. Auch erfolgt während der Leasinglaufzeit keine Eintragung von Gläubigern ins Grundbuch, da der „Durchgangseigentümer“ die Leasinggesellschaft bzw. der jeweilige Investor ist. Darüber hinaus sind Reparatur- und Instandhaltungskosten ab sofort Vermietersache, da durch die veränderten Eigentumsverhältnisse derartige Pflichten auf den Käufer übergehen. Dass sich diese Form des Immobilienleasings gerade für Personen ab 70 Jahren eignet, zeigt sich auch in den steuerlichen Vorteilen. So können im Rahmen einer Nachlassregelung auch Erbschaft- und Schenkungsteuer umgangen werden. Der Erblasser oder Schenker least die veräußerte Immobilie zum Nutzen seiner Erben zurück und nach Ablauf der Vertragslaufzeit verfügen diese im Idealfall über ein lastenfreies Objekt und Grundbuch.

Auch mitten im Leben eine sichere Lösung

Doch auch jüngere Immobilienbesitzer können in Situationen geraten, die eine schnelle Kapitalgewinnung erfordern, beispielsweise bei einer Scheidung: Ein

Ehepartner soll ausbezahlt werden und der andere möchte im ehemals gemeinsamen Haus wohnen bleiben. Ein positiveres Beispiel ist eine sehr lukrative Investitionsmöglichkeit, die sichere Gewinne innerhalb eines absehbaren Zeitraums garantiert. Durch das „Sale & Lease back“ der eigenen Immobilie verzichtet man auf die Aufnahme eines Kredits, sondern entscheidet sich bewusst für die Liquiditätsschöpfung aus eigenen Vermögenswerten. Je nach Vertragsgestaltung geht die Immobilie nach Ende der Leasinglaufzeit lastenfrei zurück in den Besitz. Sollte die Leasingsumme noch nicht komplett getilgt sein, erhält man eine Kaufoption über den noch offenen Rückkaufswert.

Doch warum leasen und nicht mieten? Schließlich gibt es auch die Möglichkeit eines Verkaufs mit lebenslangem Wohnrecht im klassischen Mietverhältnis. Diese Option stellt für Kapitalanleger jedoch ein eher unattraktives Investment dar, mit Ausnahme von Immobilien in besonders guten Lagen. Denn damit eine Immobilie überhaupt leasingfähig ist, muss ihre Fungibilität geprüft werden. Das heißt, das Objekt muss auch nach Ablauf der Grundmietzeit (im Falle von privat genutzten Immobilien mindestens 20 Jahre) durch Weitervermietung oder Verkauf weiter verwertbar sein. Und hier zeigt sich eines der stärksten Argumente des „Sale & Lease back“-Modells: Die emotionale Bindung des Vorbesitzers an die Immobilie – das „Eigentümergefühl“ aufseiten des Verkäufers sorgt dafür, dass die Immobilie von ihm pfleglich behandelt wird und er kleine Schönheitsreparaturen meist unaufgefordert durchführt. Instandsetzungskosten und ein erhöhter Verwaltungsaufwand durch häufige Mieterwechsel entfallen nahezu komplett.

Vorteile für Investoren

Weitere Argumente für einen Leasingvertrag sind die steuerlichen Vorteile für den Käufer, da Leasingraten sowohl Zinsen als auch Tilgung enthalten und steuerlich komplett abgesetzt werden können. Zudem erzielt der Käufer eine sichere Rendite, da durch die Einmalzahlung der Verkaufssumme an den Vorbesitzer dessen Bonität gewährleistet ist. Auch bei einer möglichen Wert-

steigerung des Objektes profitiert lediglich der Käufer, da der spätere Rückkauf erneut zum aktuellen Marktwert erfolgt – bei der aktuellen Preissituation am Immobilienmarkt durchaus attraktiv.

Bei Betrachtung der Argumentation zeigt sich, dass sich für beide Seiten durch „Sale & Lease back“ Vorteile ergeben. Allerdings sollte die Entscheidung für diese spezielle Finanzierungsform genau abgewogen werden. Ob sich das „Sale & Lease back“-Modell im Einzelfall rechnet, hängt in erster Linie vom Wert der Immobilie ab, der nach Art und Zustand sowie Größe und Lage individuell geprüft werden muss. Zudem spielen Lebensalter des Verkäufers und die gewünschte Leasinglaufzeit eine Rolle.

Mehr Sicherheit durch externe Berater

Da Leasinggesellschaften darüber hinaus weniger reguliert werden, ist der Markt nicht derart transparent, wie es bei Banken der Fall ist. So können bei komplexen Themen schnell versteckte Kosten auftreten, die einen teuer zu stehen kommen können. Hier empfiehlt es sich, einen externen Berater wie die PLANETHYP aufzusuchen.

Als Finanzierungsexperte erklärt PLANETHYP interessierten Immobilieneigentümern gerne Wege und Möglichkeiten und berechnet das mögliche Zusatzeinkommen bzw. das zu erwartende Kapital.

Durch die Kooperation mit über 220 institutionellen Partnern als auch mit rund 350 Maklerkollegen der Schwester-

gesellschaft der PlanetHome können individuelle Lösungen ermittelt und der geeignete Käufer gefunden werden. Auch ein detaillierter Immobiliencheck zur Wertermittlung des zu veräußernden Objektes gehört zum Repertoire der Maklerkollegen. An den deutschlandweiten PLANETHYP-Standorten wird individuell und persönlich beraten – ganz auf die Wünsche und Anforderungen der Kunden zugeschnitten sowie stets ehrlich und transparent. ■

Von Marcus Rex,
Geschäftsführer der PLANETHYP GmbH





Mobile Vermittlung von Strom und Gas für alle Kundengruppen

Moderne Smartphone-Apps haben das Leben leichter gemacht. So hat E.Q Energy auf der DKM 2017 eine App für Makler vorgestellt, die im Vertrieb von Strom und Gas erfolgreich sein wollen. Diese integriert nun auch Online-Tarife auf Basis einer Kooperation des Energie-Maklerpools mit dem Vergleichsportal Verivox.

Der gesamte Energiemarkt ist von einer zunehmenden Wechselbereitschaft der Kunden – vom Haushalt bis zum Industrieunternehmen – geprägt. Der Wettbewerb hat sich verschärft. Gleichzeitig sinkt die Bedeutung der regionalen Versorger. Das verbessert die Verhandlungsposition von Energiemaklern, die diese Chance nutzen können, um ihre Kundenwerte zu steigern. Wie auch bei Finanz- und Versicherungsprodukten spielt das Vertrauen der Kunden in die Produkte und deren Anbieter eine wichtige Rolle. Der Kundenzugang ist deshalb ein entscheidender Faktor bei der Vermittlung eines im Grunde sehr einfachen Produktes wie Gas und Strom. Zudem wird Energie von jedem Kunden ohne zeitliche Beschränkung benötigt. Solange die Kundenbeziehung gut gepflegt wird, können so stets entsprechende Umsätze generiert werden.

Vergleichsportal Verivox steigt in Maklervertrieb ein

Bekannt wurde die Möglichkeit zum Wechsel des Energieanbieters nach der Liberalisierung der Märkte maßgeblich durch die TV-Werbung großer Internetvergleichsportale. Dennoch erreichen diese nur einen Teil der Zielgruppe. Gerade Kunden, die in der Nutzung des Internets bisher wenig Erfahrung haben oder aus verschiedenen Gründen zurückhaltend sind, wünschen sich nach wie vor den persönlichen Kontakt zu einem Berater ihres Vertrauens.

Mit ein Grund, weshalb das Vergleichsportal Verivox nun in den Maklervertrieb eingestiegen ist. Zu diesem Zweck wurde eine Vertriebskooperation mit dem Energie-Maklerpool von E.Q Energy geschlossen. Die angeschlossenen Makler haben damit über die angebotene mobile App Zugriff auf die Tarife des Vergleichsportals und können diese direkt über die App vermitteln. In der Zusammenarbeit setzt Verivox vor allem auf die komfortable



Von Stefan Arnold,
Geschäftsführer der E.Q Energy GmbH

Einbindung der Tarife via mobile App sowie auf eine umfassende Betreuung der Kooperationspartner durch erfahrene Energieexperten. Die angeschlossenen Makler profitieren zudem von einem erweiterten Produktportfolio. Das kann auch Finanz- und Versicherungsmaklern entgegenkommen, da deren Kunden die Einsparungen beim Wechsel des Energielieferanten in nötige Finanz- und Versicherungsprodukte investieren können.

Mobile Apps heben Energievertrieb auf eine neue Stufe

Gerade vor Ort beim Kunden können mobile Apps den Makler sehr gut unterstützen. Spezialisierte mobile Apps für den Maklervertrieb – wie zum Beispiel die App „Energienmakler“ der E.Q Energy – vereinfachen dabei wesentlich den Energievertrieb vor Ort bei Kunden aller Zielgruppen vom Privathaushalt über den einfachen Gewerbebetrieb bis hin zum Industriekunden. Durch mobile Apps werden die Vorteile des Online-Vertriebs, also schnelle Angebotserstellung und vereinfachter Vertragsschluss, mit dem Vertrauensvorsprung des vor Ort beratenden Maklers kombiniert.

Apps für den Energievertrieb stehen noch am Anfang der Entwicklung und bieten meist unvollständige Lösungen für einzelne Produkte oder Zielgruppen. Mit der Integration der Verivox-Tarife in die „Energienmakler“-App wurde erstmals eine umfassende Lösung geschaffen, die sowohl günstige Online-Tarife und gut provisionierte Direktvertriebs-tarife für Haushalte und Kleingewerbe als auch individuell kalkulierte Tagespreise für Großkunden auf Knopfdruck verfügbar macht. Gerade Letzteres bieten nur wenige Vertriebsorganisationen an. Deren Makler haben oft entscheidende Wettbewerbsvorteile.

Unterstützung und Erfahrung wichtig bei Gewerbekunden

Um die Möglichkeiten des Energievertriebs zu nutzen, empfiehlt es sich für Finanz- und Versicherungsmakler, sich einem entsprechend auf Energieprodukte spezialisierten, zuverlässigen und gut aufgestellten Maklerpool anzuschließen.

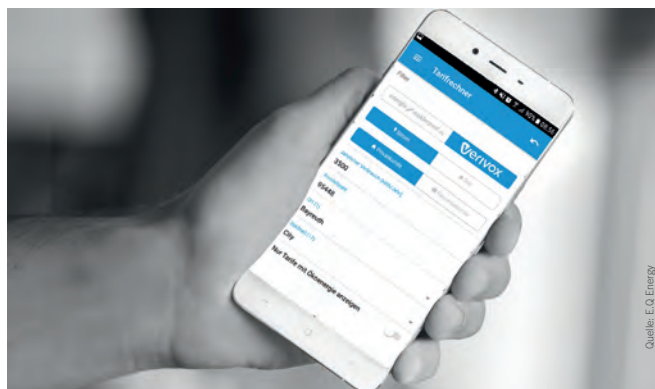
Auf dem Markt sind mittlerweile etliche Vertriebsdachorganisationen tätig, von denen allerdings eine große Zahl ihrerseits nur über weitere Pools Anträge bei den Energieanbietern einreichen. Hinzu kommen Organisationen, die über nur unzureichende Kompetenz und Erfahrung im Energiemarkt verfügen, insbesondere wenn Strom und Gas auch an Großkunden im lukrativen B2B-Segment vermittelt werden will.

Wie im Finanz- und Versicherungsmarkt ist auch im Energievertrieb die Zielgruppe der Gewerbekunden besonders attraktiv. Allerdings bedarf es hier spezieller Produkte und oft der Unterstützung durch ein erfahrenes Backoffice, um zum Abschluss zu kommen. Gerade für Sondersituationen bei Großkunden bedarf es einer einfachen Lösung, um den Energiebedarf von Großkunden auszuschreiben und Angebote einzuholen.

Im Idealfall ist dies wahlweise über einfache E-Mails oder gestützt durch Portale und Apps möglich. So enthält auch die „Energienmakler“-App der E.Q Energy eine sogenannte „Quick-Scan“-Funktion: Mittels eines Assistenten wird hier über die Kamera des Smartphones die Energierechnung des Kunden gescannt und eine Anfrage mit den gewünschten Rahmendaten zur Belieferung an das Backoffice des Maklerpools übermittelt, das sie bei den am besten geeigneten Energielieferanten platziert. Der Energienmakler erhält dann nach einem entsprechenden Qualitätscheck durch das Backoffice des Maklerpools in der Regel innerhalb von 24 Stunden ein individuell kalkuliertes Ausschreibungsergebnis. Das ermöglicht auch Maklern mit weniger Vorkenntnissen den erfolgreichen Vertrieb bei anspruchsvollen Kunden.

Schließlich ist die Abwicklung eines abgeschlossenen Vertrags in diesem Segment besonders wichtig, um einen rundum zufriedenen Kunden zu haben, der die erzielten Vorteile dann wieder in ein Produkt der betrieblichen Altersvorsorge investieren kann. Die Sicherstellung dieser Rahmenbedingungen sollte bei der Auswahl des Maklerpools unbedingt geprüft und beachtet werden. ■

Um die Möglichkeiten des Energievertriebs zu nutzen, empfiehlt es sich für Finanz- und Versicherungsmakler, sich einem entsprechend auf Energieprodukte spezialisierten Maklerpool anzuschließen.



Die „Energienmakler“-App soll den Maklern auch im direkten Gespräch mit den Kunden die Beratung erleichtern.



Eine starke Messe für eine neue Welt

Die DKM 2017 schärfte in diesem Jahr erneut ihr Profil als Wegweiser in die neue Welt der Finanz- und Versicherungswirtschaft. Relevante Themen, kompetente Marktteilnehmer und ein bestens organisierter Rahmen brachten große positive Resonanz.

„Wie immer das Beste, was die Finanzbranche zu bieten hat.“ Das ist ein schönes Kompliment für die DKM, gefunden auf Facebook und geschrieben von einem Messegast. Wie später noch in diesen DKM-News zu lesen ist, teilen viele Fachbesucher und Aussteller die Meinung dieses spontanen Posts aus den sozialen Medien. Bei den Statements lässt sich zudem nachblättern, wie die DKM 2017 für Sie als Messteilnehmer die „Leitmesse für Ihren persönlichen Erfolg“ wurde – denn so lautete ein zentrales Motto der DKM 2017.

Zu den Fakten

290 Aussteller präsentierten auf der DKM 2017 ihre Produkte und Dienstleistungen, stellten ihre Innovationen und neuesten Projekte vor und ließen sich hinsichtlich ihrer Visionen in die Karten schauen. Über 16.300 Messteilnehmer waren vom 24. bis 26.10.2017 in den Westfalenhallen Dortmund, um sich zu informieren, zu vernetzen und über die neue Welt der Finanz- und Versicherungswirtschaft zu diskutieren.

In 17 Kongressen fanden sich die relevanten Themen für Vermittlung und Beratung wieder. Vier Kongresse waren erstmals dabei und zollten den aktuellen Entwicklungen in Sparten, Digitalisierung und Regulierung Tribut. In Kombination mit den Themenparks – insgesamt fünf an der Zahl – gab es hier auch wieder neue, frische Messeformate.

Wichtiger Bestandteil der 21. DKM waren zudem 45 Workshops, in denen Aussteller praxisnah, kompetent und zielgruppenorientiert über Produkte, Services und Trends informierten. Dort suchten die Referenten auch den direkten Austausch mit den Besuchern, die jederzeit zum aktiven Mitmachen und Mitdiskutieren eingeladen waren.

Zum Konzept

Professionelle Arbeitsatmosphäre prägte das Bild der Messe. Auf allen Flächen wurden Fachgespräche geführt. Die Kongress- und Workshop-Räume waren gut besucht, das Wissensangebot wurde ausgiebig genutzt. Und so zieht auch DKM-Messechef



Die DKM-Verantwortlichen Konrad Schmidt (l.) und Dieter Knörrer (r.) zogen ein positives Fazit und dankten Ausstellern und Besuchern für deren Engagement.

Dieter Knörrer ein positives Fazit: „Wieder einmal hat sich gezeigt, dass das Messekonzept der Leitmesse mit seiner Mischung aus aktuellen Themen, Weiterbildung und Unterhaltung einen echten Mehrwert für die Messe-Teilnehmer darstellt.“

Zu den Besonderheiten

Einerseits steht die DKM für Kontinuität und hat deshalb jedes Jahr alle relevanten Sparten Themen im Gepäck. So sind die Dauerbrenner und Klassiker immer mit dabei. Andererseits lässt die Leitmesse auch keine Innovationen außen vor. Zum zweiten Mal waren etwa im Themenpark InsurTech junge Start-ups vertreten, die den Kontakt zur Branche suchten und sich im Wettstreit miteinander maßen. Der FuturePark streckte seine Fühler noch weiter in die Zukunft aus und brachte Roboter und virtuelle Welten mit auf die DKM. „Wir wollen die Fachbesucher den Puls der Zeit spüren lassen und sie mit auf die Reise in die Zukunft nehmen“, so Konrad Schmidt, bbg-Geschäftsführer und Initiator der neuen Formate. Und weiter: „Auf der DKM führen wir damit auch Stetiges und Neues zusammen.“

Besondere Gäste fanden sich wieder in der Speaker's Corner ein: Bekannte Köpfe wie Christian Lindner, Peer Steinbrück, Dr. Norbert Lammert, Dr. Frank Grund und Fußball-Größen wie Ralf Rangnick und Stefan Reuter waren zu Gast.



Die Branchen-Community kam gerne nach Dortmund; für viele ist die DKM das Highlight des Jahres.



Das prägende Bild der DKM: Präsentationen, Informationen und viele Fachgespräche

Zur Botschaft

Die Branche geht in eine neue Welt. Die Anforderungen an Vermittlung und Beratung wandeln sich. Über Digitalisierung, veränderte Denkmuster, Regulierung, aber auch über Fauxpas der Branche wurde viel auf der DKM diskutiert. Dabei gab es mahnende Stimmen, die insbesondere auf die Risiken hinwiesen, die IDD, Digitalisierung, Run-offs und andere Themen mit sich bringen. Die Optimisten wiederum hoben die Chancen hervor. Einig waren sich jedoch beide Lager in einer Sache, aus der sich der Appell der DKM 2017 ableiten lässt: „Was auch immer zu tun ist, tun Sie es jetzt!“

Zum Zurücklehnen

Noch einmal durch die Hallen schlendern? Der DKM-Messefilm macht es möglich. Sehr sehenswert ist es, wie Versicherungsmakler Benjamin Adamietz die Zuschauer noch einmal mit auf seinen Messerundgang nimmt. Der Rückblick ist kurz und kurzweilig und unter www.die-leitmesse.de anzuklicken.

**Jetzt den Termin für die DKM 2018 notieren:
23.10. bis 25.10.2018 – Westfalenhallen Dortmund**

Besucher- und Ausstellerbefragung

Wie haben die Besucher und Aussteller die DKM 2017 erlebt? Auch in diesem Jahr interessierte den Veranstalter, die bbg Betriebsberatungs GmbH, wieder die Meinung von Ausstellern und Fachbesuchern.

Das meinen die Aussteller: (Meinungen von 102 Ausstellern)

- Die Aussteller gaben der DKM 2017 in einer Gesamtbewertung die Note 2,0.
- Sehr wichtige Indikatoren für die Zufriedenheit der Aussteller sind die Anzahl und die Qualität der geführten Fachgespräche
 - Qualität der Fachbesucher: 1,9
 - Quantität der Fachbesucher: 2,5
- Über 83% der Aussteller haben ihre Messeteilnahme für 2018 zugesagt.

Das meinen die unabhängigen Vermittler: (Meinungen von 1.038 unabhängigen Vermittlern)

- Die Fachbesucher gaben der DKM 2017 eine Gesamtnote von 1,9.
- Über 90% der Befragten würden die DKM weiterempfehlen.
- 91% der Fachbesucher möchten an der DKM 2018 wieder teilnehmen.

Die DKM 2017 in Zahlen:

- 16.354 Messteilnehmer wurden auf der DKM 2017 gezählt.
- 10.561 Fachbesucher wurden registriert.
- 290 Aussteller (inklusive Co-Aussteller) präsentierten ihre Produkte aus der Finanz- und Versicherungswirtschaft.
- Entscheider vor Ort: 278 Vorstandsvorsitzende und Vorstände

Eine erstklassige Besetzung in der Speaker's Corner

Ein Highlight der DKM waren auch im Jahr 2017 die Diskussionen, Gespräche und Vorträge in der Speaker's Corner. Persönlichkeiten aus der Branche, Wissenschaft, Politik und Sport unterhielten und informierten die Zuschauer im gut gefüllten Saal.

Lindner und Steinbrück liefern sich feuriges Streitgespräch

Gutes Timing für ein beherztes Duell zweier Politik-Größen: Einen Monat nach der Bundestagswahl traf in der Speaker's Corner der FDP-Bundesvorsitzende Christian Lindner auf Ex-Finanzminister und SPD-Politiker Peer Steinbrück. Kleine persönliche Spitzen, listige Kommentare und tiefgehende Analysen prägten gleichermaßen das politische Streitgespräch zu Beginn der DKM 2017. Entsprechend groß war der Besucherandrang und die Halle bis auf den letzten (Steh-)Platz gefüllt. Zunächst wollte Moderatorin Ursula Heller jedoch wissen, wie es sich denn nach vier Jahren „Bildungspause“ für die FDP anfühle, in den Bundestag zurückzukehren, und Christian Lindner antwortete: „Es war ein schöner Moment, aber für längere ausgelassene Freude ist nun leider kein Raum, denn es geht ja in der Politik sofort weiter.“ Mit einem solchen Comeback sei auch die Verantwortung verbunden, nun politisch Gutes zu bewirken, „denn Vertrauen ist schneller verspielt als gewonnen“, so Christian Lindner weiter.

Staatsverschuldung in Europa als Risikofaktor

In der Diskussion streiften die beiden Politiker eine große Bandbreite an Themen. Diese reichten von der hohen Staatsverschuldung in Europa über die Zinspolitik der Europäischen Zentralbank unter Mario Draghi bis hin zur Vermögensentwicklung in Deutschland. So betonte Peer Steinbrück, dass die hohe Staatsverschuldung in Europa ein Risiko für die Stabilität darstelle ebenso wie die hohe Anzahl fauler Kredite. Auch wenn die Finanzkrise noch nicht ganz beseitigt sei, zeige sich der Europäische Bankenmarkt insgesamt resistenter und vieles sei stabiler geworden. Christian Lindner



FDP-Bundesvorsitzender Christian Lindner und ...



... SPD-Politiker Peer Steinbrück im Streitgespräch.

pflichtete Peer Steinbrück in diesem Punkt zwar bei, mahnte allerdings, dass man erst in einigen Jahren wisse, was die negativen Auswirkungen der Niedrigzinspolitik gewesen sein werden, etwa hinsichtlich der privaten Altersvorsorge. Besorgt gab sich der FDP-Vorsitzende, in Bezug auf die Banken: „Wir sind overbanked in Europa und insbesondere auch in Deutschland.“ Die Performance der Institute ist laut Christian Lindner wesentlich schlechter als in den Vereinigten Staaten, was natürlich auch mit Regularien zusammenhänge. Weniger Einigkeit herrschte bei beiden Politikern in steuerpolitischen Streitpunkten wie einer Erhöhung der Erbschaftsteuer und möglichen Wegen, um der immer weiter auseinanderklaffenden Vermögensverteilung in Deutschland entgegenzuwirken.



Mit rhetorischen Spitzen sorgten Peer Steinbrück und Christian Lindner auch für unterhaltsame Momente.

Elefantenrunde: Die Versicherungswirtschaft braucht einen fundamentalen Wandel

Niedrigzinsen, Run-off, Digitalisierung und Vergütung waren die Kernthemen der großen Podiumsdiskussion zur Zukunft der Versicherungswirtschaft. Am Messe-mittwoch zu High Noon gehörte die Bühne Dr. Markus Faulhaber, Vorstandsvorsitzender der Allianz Lebensversicherung-AG, Jürgen A. Junker, Vorstandsvorsitzender der Wüstenrot & Württembergische AG, Dr. Achim Kassow, Vorstandsvorsitzender der ERGO Deutschland AG, Dr. Jan Wicke, Vorstandsvorsitzender der Talanx Deutschland AG, und Dr. Frank Grund, Exekutivdirektor Versicherungs- und Pensionsfonds-aufsicht der BaFin. Sie stellten sich den Fragen von Dr. Marc Surminski, Chefredakteur Zeitschrift für Versicherungswesen. Die zentrale Botschaft der Runde vorneweg: sie lautete, dass ohne fundamentalen Wandel kein Überleben möglich sei. Dies gelte insbesondere für die Lebensversicherung.

So griff Dr. Frank Grund zunächst eines der medienwirksamsten Themen der vorangegangenen Wochen auf und stellte einige Punkte zu den angekündigten Run-offs und Bestandsverkäufen dar. Dr. Achim Kassow erklärte dazu auch das Vorgehen der ERGO, die Mitauslöser der öffentlichen Run-off-Diskussion war, weil Sondierungen zu Vertragsveräußerungen publik wurden. Die drei Mitdiskutanten Dr. Jan Wicke, Jürgen A. Junker und Dr. Markus Faulhaber schlossen dagegen einen Bestandsverkauf für ihr Unternehmen aus. Der Branche im Ganzen müsse es aber nun darum gehen, verlorenes Vertrauen wieder aufzubauen, so die Runde.



Die Teilnehmer der Vorstandsrunde (v.l.n.r.): Dr. Markus Faulhaber, Dr. Achim Kassow, Dr. Marc Surminski (Moderator), Jürgen A. Junker und Dr. Jan Wicke während des Impulsvortrags von Dr. Frank Grund.

Ohne fundamentalen Wandel kein Überleben

Ob nun Run-off oder nicht, dass die Lebensversicherer im ökonomischen Umfeld mit Niedrigzinsen ohne Veränderungen nicht überleben könnten, fand den Konsens der Diskutanten. Deshalb sei es ein wichtiger Schritt gewesen, die Altersvorsorgeprodukte umzustellen, um die richtige Balance zwischen Garantien und Rendite zu finden. Mit diesen Veränderungen bleibe die Altersvorsorge aber auf jeden Fall ein Wachstumsfeld, so Dr. Markus Faulhaber. Um weiter im Umfeld der Niedrigzinsen zu bestehen und Altverträge weiter bedienen zu können, seien Kosteneinsparungen notwendig. Und die würden nur durch die Fortführung der Digitalisierungsmaßnahmen möglich sein.

In der Waagschale liegt bei Einsparungen allerdings auch noch die Vergütung für Vermittler, wie Moderator Dr. Marc Surminski in den Raum stellte. Vermittlerverbände seien der Ansicht, dass sie ihren Teil bereits beigetragen hätten und geringere Provisionen und Courtagen erhalten würden; Versicherer meinten, dass sie mit bilanziellen Änderungen hinsichtlich der Zillmerung ebenfalls einen Beitrag geleistet hätten. Dr. Frank Grund warf dagegen kritisch ein, dass von den Stakeholdern bisher vor allem die Kunden verzichten mussten. So hätten sich Abschlusskosten im Vergleich zu Renditen nur in homöopathischen Maßen bewegt.

Haben Garantien in der Altersvorsorge ausgedient?

Garantien oder keine Garantien – das ist hier die Frage. Unter diesem Motto diskutierten anschließend Thomas Richter, Hauptgeschäftsführer des BVI, Rolf Schünemann, Vorstandsvorsitzender der BCA AG, Dr. Peter Schwark, Geschäftsführer des GDV, und Dr. Olaf Stotz, Professor für Asset-Management an der Frankfurt School of Finance & Management. Moderiert hat die Runde AssCompact-Redakteur Michael Herrmann.

Dass Garantien angesichts des anhaltenden Niedrigzinsumfelds teuer sind, daran herrscht kein Zweifel. Doch wie teuer sind sie konkret? Das hat Dr. Olaf Stotz in einer wissenschaftlichen Studie berechnet. Demnach kosten harte Garantien teilweise bis zum Achtfachen der eingezahlten Beiträge, weil sichere Anlagen wie Staatsanleihen kaum noch Erträge abwerfen. Dr. Peter Schwark wehrte sich vehement gegen diese „Zahlenspielerei“. Diese basiere vor allem auf historischen Aktienwerten. Der Blick in den Rückspiegel nutze aber wenig. „Damit kann man die kommende Kurve nicht sehen“, so Dr. Peter Schwark. ▶



Einig waren sich die Diskussionsteilnehmer (v.l.n.r.) Dr. Peter Schwark, Rolf Schünemann, Michael Herrmann (Moderator), Thomas Richter und Dr. Olaf Stotz, dass das Thema Kosten künftig stärker in den Mittelpunkt rückt.

Kosten sind die maßgeblichen Treiber

Relative Einigkeit herrschte in der Expertenrunde hingegen darüber, dass das Thema Kosten zukünftig deutlich stärker in den Fokus rücken werde. „Die Diskussion über Garantien ist im Grunde eine Diskussion von gestern. Die Diskussion der Zukunft dreht sich um Kosten“, meinte Thomas Richter. Dem BVI-Hauptgeschäftsführer zufolge sei es bezeichnend, dass über die Einführung eines staatlichen Fonds mit minimalen Kosten nach skandinavischem Vorbild nachgedacht werde.

Risiken, Rendite, Realitäten

Viele Sparer wollen aber ihr Ersparnis trotz mieser Renditen nicht verlieren und scheuen daher Risiken. Der professionellen Beratung werde daher in Zukunft eine ganz zentrale Rolle zukommen – wenngleich sich die Vorgehensweise ändern

müsse. „Vermittler müssen Kunden anders beraten. Statt mit der Garantie zu starten, wäre es besser, sie zu fragen, wie viel Geld sie für eine Garantie ausgeben würden“, schlug Rolf Schünemann vor. Dann würden Kunden voraussichtlich deutlich mehr ins Risiko gehen. GDV-Geschäftsführer Dr. Peter Schwark sieht trotz der damit verbundenen Kosten – wie hoch diese auch konkret seien – weiter eine Berechtigung von Garantien in der Altersvorsorge. Sie dürften vor allem in der Verrentungsphase eine wichtige Rolle spielen. Rolf Schünemann würde Garantien auf den Notgroschen und ab der Phase nach dem Renteneintritt empfehlen. Dr. Peter Schwark gab derweil zu bedenken, dass reine Aktienstrategien für die meisten Menschen nicht geeignet seien. Thomas Richter zufolge geht dieses Argument an der Realität vorbei. Der Anteil der reinen Aktiensparpläne sei ohnehin verschwindend gering. Vielmehr gebe es auf der Investmentseite genügend Produkte, die sich dem Lebenszyklus der Anleger anpassen lassen.

Vertrieb und Führung völlig neu gedacht

„Führung geht heute anders“, lautete im Anschluss der Titel des Vortrags von Andreas Buhr. Dem Führungs- und Vertriebsexperten zufolge muss Vertrieb heute völlig neu gedacht werden. So wie einst der Fosbury-Flop den Hochsprung mit einer kleinen Veränderung nachhaltig revolutioniert hat, müsse auch im Vertrieb eine völlig neue Perspektive eingenommen werden. Schließlich hat sich das Kundenverhalten grundlegend verändert. Kunden sind laut Buhr heute viel schlauer und kritischer als noch vor zehn Jahren. Sie wollen Informationen auf den Punkt haben. Wenn nicht, schließen sie wahrscheinlich woanders ab.

Kleine Änderungen, große Wirkung

Verkäufer müssten sich immer wieder auf neue Entwicklungen einstellen. Eine Kleinigkeit in der Vorbereitung oder im Ver-

kaufsgespräch zu verändern, kann dennoch die Erfolgsaussichten deutlich verbessern. „Heute gibt es zum Beispiel CRM-Systeme, die jedem Verkäufer das Wasser im Mund zerrinnen lassen“, meint Buhr. Mithilfe künstlicher Intelligenz könnten Systeme heute anzeigen, wer sich in einem bestimmten Umkreis in einem bestimmten Zeitraum für Altersvorsorge interessiert hat oder welche Firma zum Thema bAV gesucht hat. „Wenn Social Media das Ende der Kaltakquise war, ist das das absolute Ende der Kaltakquise“, so Buhr. Das habe nur einen Nachteil: „Es gibt dann keine Ausreden mehr.“

Da sein, wo der Kunde ist

Verkäufer müssen sich laut Buhr immer wieder neuen Technologien wie einst dem Internet oder heute Facebook live widmen. Schließlich verändere sich die Welt und auch das Kundenverhalten regelmäßig aufs Neue. Der Vermittler müsse immer überall da sein, wo der Kunde ist. Kein Verkäufer könne Nein dazu sagen, gefunden zu werden.



Andreas Buhr verdeutlichte in seinem Vortrag, dass Vermittler überall da sein müssen, wo der Kunde ist.

Stabilität bringt den Erfolg – im Fußball wie auch beim Versicherer



Rainer Gebhart von der WWK im Gespräch mit ...



... TV-Moderatorin Nele Schenker und ...



...dem Manager des FC Augsburg, Stefan Reuter

Der erste Messetag endete in der Speaker's Corner mit einem Crossover von Versicherung und Fußball. Im spannenden Talk fanden sich der FC Augsburg und dessen Hauptsponsor, die WWK Versicherungen, zusammen. So drehte sich auf der Bühne alles um eine starke Gemeinschaft. Rainer Gebhart, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der WWK Versicherungen, und Stefan Reuter, Manager des FC Augsburg, sprachen unter anderem über Strategien und Parallelen einer erfolgreichen Unternehmensführung in Wirtschaft und Sport. Kundig und erfrischend moderiert wurde das Gespräch von TV-Moderatorin Nele Schenker.

Seit 2015 sind die WWK Versicherungen der Hauptsponsor des FC Augsburg. Ausschlaggebend für die langfristig eingegangene Partnerschaft war nach Aussage von Rainer Gebhart vor allem eine ähnliche Philosophie auf beiden Seiten. Stefan Reuter betonte, dass selbst in der emotionalen Welt des Fußballs Entscheidungen nicht übereilt getroffen werden dürfen, sondern grundsätzlich sorgfältig abgewogen werden müssen.

Eine langfristige Planung mache sich immer bezahlt. Beim FCA bedeutet dies, mit kleinem Budget klug zu wirtschaften und vor allem auf den eigenen Nachwuchs zu setzen. Die Tatsache, dass die Mannschaft sich entgegen allen Erwartungen nun bereits in der siebten Saison in der ersten Fußballbundesliga behauptet, scheint dies zu bestätigen. Rainer Gebhart sieht hier Parallelen zur WWK, denn auch dort setzt man auf eine langfristige strategische Ausrichtung. Das gebe Stabilität, Sicherheit und Verlässlichkeit – für die eigenen Mitarbeiter, aber vor allem auch für Vertriebspartner und Kunden. „Gerade jetzt in Zeiten der Niedrigzinsphase ist es wichtig, seriös zu wirtschaften und finanzstark aufgestellt zu sein“, betonte Rainer Gebhart.

Die Demokratie steht und fällt mit dem Bürgerengagement

Gerade war seine zwölfjährige Amtszeit als Bundestagspräsident zu Ende gegangen, da stand der CDU-Politiker Dr. Norbert Lammert in der Speaker's Corner der DKM und legte den Zuhörern zum Start in den zweiten Messetag seine Sicht auf den Zustand der Demokratie in Deutschland und Europa dar.

Die Schwierigkeit bei Begriffen wie „Demokratie“, „Freiheit“ oder „Gerechtigkeit“ sei demnach, was unter solchen Begriffen verstanden werde und dass sie umso weniger greifbar und glaubwürdig seien, je mehr unterschiedlichen Sachverhalten die Begriffe „aufgeklebt“ würden. Dass eine Systembezeichnung nicht zwangsläufig auch deutlich über die Systembeschaffenheit Auskunft gibt, erläuterte Dr. Lammert in diesem Zusammenhang an den Beispielen der „Deutschen Demokratischen Republik“, der „Fünften Republik“ in Frankreich, dem „Vereinigten Britischen Königreich“ oder den „Vereinigten Staaten von Amerika“, bei denen es im Moment tatsächlich

vielleicht klug scheine, so Dr. Lammert, dass sie keine „nähere“ Beschreibung in ihrem Namen trügen.

Gelassenheit und Perspektivenwechsel schaden nicht

Dass in seinem Vortragstitel die Frage gestellt würde, wie es um die Demokratie in Deutschland und Europa stünde, zeige schon einen leisen Zweifel, so der Politiker, sonst müsste die Frage nicht gestellt werden. Im Verlauf seines Vortrags, in dem er auch kurz auf die Ursprünge der Demokratie und die Grundpfeiler des modernen Demokratieverständnisses einging, forderte Dr. Lammert dann aber wie sein ▶

Amtsnachfolger Wolfgang Schäuble eine gewisse Gelassenheit. Es gelte, weder mit Euphorie noch mit Hysterie auf aktuelle Veränderungen zu reagieren. Anhand der sechs Kriterien Wahlbeteiligung, Zersplitterung des Parteiensystems, (In-)Stabilität von Regierungen oder Koalitionen, Bindungskraft von politischen Institutionen, Handlungsfähigkeit von staatlichen Institutionen sowie Populismus erläuterte Dr. Lammert, inwieweit diese eben nicht zwingend Krisensymptome sein müssen, wie oft angenommen werde. Vieles sei eine Frage der Betrachtungsweise, deshalb rate er hin und wieder zu einem Perspektivwechsel.

Am Ende seines Vortrags, der mit sehr großer Resonanz und mit viel Respekt



Mehr Gelassenheit im Umgang mit Veränderungen forderte Dr. Norbert Lammert.

aufgenommen wurde, entließ Dr. Lammert seine Zuhörer in den weiteren Messtag mit den Worten: „Die Demokratie steht und fällt mit dem Bürgerengagement.“

Private Altersvorsorge: Run-off oder Zukunftsmarkt?

Kurzfristig angesetzt wurde aufgrund der Aktualität die Podiumsdiskussion rund um die Themen Run-off und private Altersvorsorge. Unter der Leitung von AssCompact-Chefredakteurin Brigitte Horn diskutierten Dietmar Bläsing, Sprecher der Vorstände der VOLKSWOHL BUND Versicherungen, Oliver Fellmann, Geschäftsführer der M.A.R.K. Versicherungsmakler GmbH und VDVM-Vorstand, Rainer M. Jacobus, Vorstandsvorsitzender der IDEAL Versicherungsgruppe, Dr. Reiner Will, Geschäftsführer der ASSEKURATA Assekuranz Rating-Agentur GmbH, und Dr. Armin Zitzmann, Vorstandsvorsitzender der NÜRNBERGER Versicherung.

Die Teilnehmer der Runde bedauerten zunächst, wie die Diskussion um Run-offs geführt werde, und verwiesen darauf, welche Wirkung die Absicht des Verkaufs von Lebensversicherungsverträgen an ausländische Finanzinvestoren bei der Politik hätten. Es wäre schwierig, sich bei dieser Gemengelage überhaupt mit der Politik über die Bedeutung der privaten Altersvorsorge zu unterhalten, so Rainer M. Jacobus. Dr. Armin Zitzmann und Dietmar Bläsing betonten, wie wichtig es wäre, nun wieder Vertrauen aufzubauen, würde doch ein Großteil der Lebensversicherer an ihren Altverträgen festhalten und sogar

das Neugeschäft forcieren. Dr. Reiner Will warf ein, dass sich aber alle Lebensversicherer fragen lassen müssten, wie es mit ihrem Geschäftsmodell weitergehen kann und ob ein Run-off oder ein Verkauf nicht sogar ein guter Schritt für einen Lebensversicherer sein könnte, um die Ertragskraft zu steigern. In der Regel hätten die Versicherer aber mit neuen Altersvorsorgeprodukten reagiert. Oliver Fellmann kritisierte jedoch, dass diese Produkte sehr komplex wären, keine Vergleichbarkeit mehr bestünde und es Maklern immer schwerer fiele, diese den Kunden zu erklären. Mehr Transparenz täte der Branche gut, kommentierte auch Will, vor allem vor dem Hintergrund der geplanten Änderungen der Zinszusatzreserve im kommenden Jahr.

Positive Signale für die private Altersvorsorge

Befragt nach den positiven Signalen in der Altersvorsorge nannten die Versicherer auf der DKM-Bühne weiterhin die Notwendigkeit der privaten Altersvorsorge. Die Niedrigzinsphase



Mit dem Thema Run-off und private Altersvorsorge setzten sich (v.l.n.r.) Rainer M. Jacobus, Oliver Fellmann, Dr. Reiner Will, Brigitte Horn (Moderatorin), Dr. Armin Zitzmann und Dietmar Bläsing auseinander.

ändere nichts an dem demografischen Faktor. Zudem sei die Beratungsqualität in Deutschland gut und der Vertrieb leiste eine gute Arbeit. Es gelte, diesen weiter zu stärken. Garantien seien zudem das Alleinstellungsmerkmal

der Lebensversicherer. Abschließend machte Dr. Reiner Will aber dennoch noch einmal deutlich: Um das Vertrauen der Kunden wiederzuerlangen, müsste man auch auf die Altverträge schauen und sich um diese kümmern. Er appellierte in Richtung Versicherer und Branche insgesamt: „Nehmen Sie Ihre Kunden ernst!“

IDD bringt Chancen und Pflichten

Mit der IDD-Umsetzung ändern sich die Anforderungen an die Versicherungsmakler. Wie diese zu meistern sind, darüber diskutierten Prof. Dr. Matthias Beenken von der FH Dortmund, Ralf Berndt, Vorstand Vertrieb und Marketing der Stuttgarter Versicherungsgruppe, Volker Britt, Geschäftsführer der Honorarkonzept GmbH, und Norman Wirth, Fachanwalt für Versicherungsrecht.



Wie Makler die Anforderungen im Zuge der IDD-Umsetzung bewältigen können, darüber diskutierten Norman Wirth, Volker Britt, Brigitte Horn (Moderatorin), Ralf Berndt und Prof. Dr. Matthias Beenken.

Zunächst wurde diskutiert, ob die IDD und die damit verbundenen Gesetze und Verordnungen auf nationaler Ebene mehr Pflichten oder Rechte bringen. Volker Britt vertrat die Auffassung, dass die neue Regulierung deutlich mehr Aufwand für die Maklerunternehmen zur Folge habe und Vergehen künftig auch konkret mit finanziellen Strafen belegt seien. Eine Sicht, die Versicherungsvorstand Ralf Berndt zu pessimistisch ist. Er erklärte, dass viele der neuen Regularien gar nicht so neu seien und von den Maklern in der Beratung bereits angewendet werden würden. Mehr Chancen als Risiken sehen auch Prof. Dr. Matthias Beenken von der FH Dortmund und Rechtsanwalt Norman Wirth, wie sie in der DKM-Runde bestätigten. Ob Versicherungsmakler künftig mit Mischmodellen bei der Vergütung arbeiten sollten, wurde kontrovers diskutiert. Inwieweit sich Makler der Honorarberatung überhaupt öffnen werden und ob der „neue Versicherungsberater“ tatsächlich den Durchbruch schaffe, bleibe abzuwarten.

Prozesse, Weiterbildung, Interessenkonflikte

Neben der Vergütungsfrage spielten in der Diskussion die Themen Prozesse und die Weiterbildungspflicht eine zentrale Rolle. Die Diskussionsteilnehmer verwiesen darauf, dass Maklerbüros nun ihre Prozesse laut IDD und den gekoppelten Rechtsvorschriften anpassen und damit nicht länger warten sollten. Ähnliches gelte für die Planungen im Hinblick auf die Weiterbildungspflicht. Diese könnten Makler zum Anlass nehmen, ihre eigene Positionierung zu stärken und ihren vertriebsorientierten Innendienst, der künftig auch zur Weiterbildung verpflichtet ist, zu fördern. Des Weiteren sollten Maklerunternehmen weitere Punkte überdenken, etwa Zuwendungen von Versicherern über die Courtage hinaus. Bei Versicherungsanlageprodukten dürfen sich gemäß neuer Regularien Zuwendungen an Vermittler nicht negativ auf Beratungsqualität und Produktempfehlung auswirken. So sollen Interessenkonflikte vermieden werden.

Einig waren sich die Diskussionsteilnehmer, dass auch die diskutierte Verlängerung bis zur IDD-Umsetzung auf europäischer Ebene nichts daran ändere, dass man sich dringend auf die neuen Vorgaben vorbereiten solle. Insgesamt positiv wertete die Runde, dass die jetzige Regulierung zu einer weiteren Professionalisierung beitragen und die Beratungsqualität weiter steigen werde.

Vertrieb sollte Speerspitze im Unternehmen sein

Im Hinblick auf die zunehmende Wettbewerbsintensität macht Vertrieb immer mehr den Unterschied, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Das ver-

deutlichte der Experte für Strategie, Führung, Marketing und Vertrieb, Prof. Dr. Dirk Zupancic, in seinem Vortrag in der Speaker's Corner. Prof. Dr. Zupancic sieht im Konzept „Sales Drive“ den Wettbewerbs- und Wachstumsfaktor der Zukunft. ►



Was Top-Verkäufer auszeichnet, veranschaulichte Prof. Dr. Zupancic.

Bei Sales Drive geht es für Unternehmen darum, mit dem Schwerpunkt auf einem professionellen Vertrieb Wettbewerbsvorteile und damit nachhaltiges Wachstum zu erzielen. Der habilitierte Privatdozent der Universität St. Gallen zeigte auf, wie sich Unternehmen vertriebsorientiert ausrichten und wo es anzusetzen gilt, um das Vertriebspotenzial richtig auszuschöpfen. Neben der Innovation neuer Produkte und Dienstleistungen nannte Prof. Dr. Zupancic als Stellhebel für Wachstum die Kundenakquise sowie Kundenpflege und Bestandskundenmanagement. Diese Faktoren würden maßgeblich vom Vertrieb gesteuert,

der Vertrieb sollte daher die Speerspitze in der Unternehmensstrategie bilden.

Was machen gute Verkäufer anders?

Aber auch am Image des Vertriebs innerhalb der Firma sollten die Führungskräfte arbeiten. Denn der Vertrieb werde zu einem immer anspruchsvolleren Beruf und die Mitarbeiter in diesem Bereich müssten die volle Unterstützung des gesamten Unternehmens erhalten. Doch was unterscheidet eigentlich Spitzenverkäufer vom Durchschnitt? Laut Prof. Dr. Zupancic hat sich in Studien gezeigt, dass gute Verkäufer viel mehr Kontakte machen und stärker priorisieren, auf welche Kunden sie sich konzentrieren. Zudem gelingt es Top-Sellern, Mehrwert für Kunden zu generieren, also mit Produkten oder Dienstleistungen ein Bedürfnis des Kunden zu erfüllen, das der Wettbewerb in dieser Form nicht befriedigen kann. Obendrein setzten die guten Verkäufer auch hohe Preise durch und schafften es, die Erwartungen ihrer Kunden auch hin und wieder zu übertreffen.

Wer Erfolg planen will, muss den Zufall ausschalten

Das Rahmenprogramm der Speaker's Corner endete auch 2017 mit dem traditionellen Fußball-Talk. kicker-Herausgeber Rainer Holzschuh begrüßte in diesem Jahr Ralf Rangnick, Sportdirektor des aufsteigenden und ambitionierten Vereins RB Leipzig, der mit seinem Auftritt viel Sympathie in Dortmund gewann. Der studierte Sportwissenschaftler konnte in seiner bisherigen Karriere besonders als Trainer und Manager Erfolge verbuchen. Für Furore sorgte er zuletzt in Leipzig, wo er 2012 das Amt als Sportdirektor übernahm. In kürzester Zeit führte er sein Team von der vierten Liga in die Bundesliga, wo man sich schon in der ersten Saison über den Vize-Meistertitel und damit verbunden

auch über die Teilnahme an der Champions League freuen konnte. In Anerkennung seiner Leistungen wurde Ralf Rangnick vom englischen Kultmagazin „FourFourTwo“ zum derzeit weltbesten Fußball-Manager gekürt.

Die Mentalität der Mannschaft

Angesprochen auf sein Erfolgsgeheimnis nennt Ralf Rangnick, der als umfassender Strategie gilt, vor allem die Mentalität in der Mannschaft. Er setzt besonders auf junge Spieler, weil diese gemeinsam mit der Mannschaft ihre Karriere entwickeln wollen. So liegt der Altersdurchschnitt beim RB Leipzig bei nur 23 Jahren. Vorteile seien entsprechende Motivation, Teamspirit und eine schnellere Regeneration nach den Spielen. Wichtig seien außerdem die Arbeitsatmosphäre und Kultur innerhalb des Vereins. Ralf Rangnick versteht seinen Club als „Familie“, in der vom Spieler bis zum Physiotherapeuten auf jeden geachtet wird. Ralf Rangnick ist überzeugt: „Wenn du Erfolg planen möchtest, dann musst du den Zufall ausschalten.“



Der derzeit weltbeste Fußball-Manager Rangnick ...



... beim Talk mit kicker-Herausgeber Rainer Holzschuh

Grandioses Finale der Speaker's Corner

Kurz bevor die 21. DKM ihre Pforten schloss, wurde es noch einmal spannend für die Fachbesucher der Leitmesse. Sie strömten erneut in die Speaker's Corner, um dem großen Finale beizuwohnen, das traditionell am DKM-Donnerstag ab 17.00 Uhr hier stattfindet.

„Jungmakler Award“-Verleihung

Zunächst bot die Speaker's Corner den passenden Rahmen für die Verleihung des Jungmakler Awards 2017. Die 13 Finalisten des Branchenwettbewerbs versammelten sich hier auf der Bühne, um endlich zu erfahren, wer die drei Erstplatzierten des diesjährigen Awards sein würden. Vertreter der fördernden Unternehmen waren ebenfalls gekommen, um den glücklichen Gewinnern zu gratulieren oder die Laudation



Die Gewinner des „Jungmakler Award 2017“ (v.l.n.r.): Janine Teetz, Bastian Kunkel und Manuel Epp.

zu halten. Und dann war es so weit: Bastian Kunkel (Versicherungen mit Kopf) wurde der Titel „Jungmakler des Jahres 2017“ verliehen. Janine Teetz (finaconsil – Vermögensmanagement für Mediziner) und Manuel Epp (E & P Versicherungsmakler GmbH & Co. KG) wurden Zweit- und Drittplatzierte.

Vermittlertombola

Die Vermittlertombola bildet seit jeher den Schlusspunkt der DKM. Auch in diesem Jahr galt es, kurz vor Messeende auszulosen, welche der anwesenden Vermittler die attraktiven Sachpreise mit nach Hause nehmen würden. Zur Verlosung standen viele attraktive Sachpreise. Der Hauptpreis, ein fabrikneuer Audi A1 im Wert von 21.000 Euro, ging an Uwe Löffeld von der E&P Pensionsmanagement GmbH.



Der Hauptpreis der Vermittlertombola war ein nagelneuer Audi A1 im Wert von 21.000 Euro.

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



Kongress Altersvorsorge

Der Verkauf von Vorsorgeprodukten ist vielschichtig geworden. Die zunehmende Regulierung durch den Gesetzgeber schafft neue Beratungspflichten, die Niedrigzinsphase schafft neue Produktwelten und die Technisierung der Beratung neue Möglichkeiten. Dazu kommt, dass der Trend zu kapitalmarktorientierten Vorsorgelösungen massiv zunimmt. Doch welche Produkte sind für welche Kunden geeignet? Welche Unterstützung bieten die Produktgeber? Wie kann man fondsgebundene Produkte haftungssicher verkaufen? Auf dem DKM-Kongress Altersvorsorge wurden diese Fragen anhand von Fachvorträgen durchleuchtet und mit ausgewählten Branchenexperten in einer Fachrunde diskutiert.

„Die knapp 1.000 Messteilnehmer des Altersvorsorgekongresses zeigen, dass die Themen BRSG, Indexpolizen, kapitalmarktorientierte Altersvorsorge inkl. der speziellen Betrachtung der Fondspolizen im Vergleich zu Fonds und das Thema Ruhestandsplanung für die Generation 50plus den Zeitgeist getroffen haben und die Messebesucher an fachlicher Information und Qualifikation interessiert sind!“

Prof. Michael Hauer und Frank Nobis,
beide Geschäftsführer der Institut für Vorsorge und Finanzplanung GmbH



In Kooperation mit

Kongress Arbeitskraftsicherung

Der Markt der Arbeitskraftabsicherung kommt immer mehr in Bewegung. Digitale Produkte und Versicherer-Neugründungen zeigen, was von der Branche in den nächsten Jahren erwartet werden kann. Im Zuge dieses Prozesses kommen diverse Fragen auf: Kann man zum Beispiel die Komplexität der Produkte und Prozesse so zu reduzieren, dass die Beratung wieder mehr Spaß macht? Ist es dabei möglich, die jungen Kunden wieder besser einzufangen? Es gibt positive Signale für frischen Wind, aber auch der Altmeister der Arbeitskraftsicherung, die BU, wird derzeit immer weiter optimiert. Der DKM-Kongress Arbeitskraftsicherung bot einen umfangreichen Überblick über die aktuellen Entwicklungen.



„Arbeitskraftabsicherung wird digital. Die hohe Komplexität der Produkte ermöglicht passgenaue Konzepte für jeden Kunden. Die individuelle Leistungsfähigkeit von AKS-Produkten wird durch den AKS-Index von Franke und Bornberg transparent. Ein professioneller Indikator, der aufzeigt, wie AKS-Produkte auf den Kunden wirken. Das entlastet Berater und Kunden.“

Michael Franke, geschäftsführender Gesellschafter der Franke und Bornberg GmbH

In Kooperation mit

Franke  **Bornberg**

Kongress Digitale Maklerkommunikation und IT

” Mit starken Vertrieben und Marken experimentiert man weniger aggressiv, und doch gilt auch hier: Der Fokus auf Digitalisierung ist die Pflicht von heute und nicht die Kür von morgen. Ökosysteme und Technik werden das Geschäftsmodell der Versicherer verändern, auch der Vertrieb muss ‚digital‘ werden.“

Norbert Dick, IBM General Manager, a. D.



Die ausgebuchte und teilweise überbuchte Kapazität bei allen Vorträgen des Kongresses Digitale Maklerkommunikation und IT hat deutlich gemacht, dass die Branche das Thema Digitalisierung und Maklerkommunikation inzwischen sehr ernst nimmt. Denn: Der Kunde wird ein aktiver Partner, junge Kunden leben nicht nur mit, sondern auch im Internet. Klar wurde aber, dass auch künftig alle auf einen personellen Vertrieb setzen. Klar wurde auch, dass man schneller werden muss, will man das Eindringen Branchenfremder verhindern. Dies gilt für die Implementierung von BiPRO-Normen genauso wie für das Nachrüsten im Umgang mit Daten.

Kongress Investment

In Kooperation mit

Cash. und *funds excellence*
best of asset management

” Aufgrund der anhaltenden Niedrigzinsphase werden Investmentlösungen für klassische Versicherungsberater immer wichtiger. Der Investment-Kongress machte das Zusammenwachsen der beiden Welten Asset-Management und Versicherung erlebbar und zeigte Beratungsansätze und Hintergrundinformationen auf.“

Klaus-Dieter Erdmann, Geschäftsführer der funds excellence GmbH

Selten war das Thema Investment relevanter als in diesem Jahr: Denn neben der anhaltenden Niedrigzinsphase, die konventionelle Garantieprodukte praktisch unmöglich macht, treten 2018 gleich mehrere Gesetzesänderungen mit direkten Auswirkungen für Finanzberater in Kraft: MiFID II, Betriebsrentenstärkungsgesetz, Investmentsteuerreform sowie die neue EU-Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD). Neue Rahmenbedingungen – etwa das Verbot von Garantien innerhalb der tarifgebundenen bAV – zeigen, dass auch der Regulator die Zeichen der Zeit erkannt hat und die Kapitalanlage von Vorsorgeprodukten den aktuellen Marktbedingungen anpasst. Der Kongress bot dabei einen Überblick zu anstehenden Entwicklungen und zeigte auf, wie Berater das Beste aus Versicherungs- und Investmentprodukten für ihre Kunden rausholen.



Kongress IDD

Obwohl Teile der IDD-Umsetzung noch nicht abschließend feststehen, tun Vermittler gut daran, sich auf die anstehenden Änderungen proaktiv vorzubereiten. Um das eigene Geschäftsmodell nachhaltig zukunftsfähig zu halten, gilt es, sich eher früher als später auf die neuen Pflichten einzustellen und die richtigen Weichen zu stellen, um auch die Chancen, die die IDD mit sich bringt, für sich zu nutzen. Der Kongress IDD bot eine einzigartige Gelegenheit für die DKM-Fachbesucher, sich im Vorfeld ausgiebig über die Herausforderungen der europäischen Vermittlerrichtlinie zu informieren.



In Kooperation mit



„Die außergewöhnlich hohe Resonanz auf unseren IDD-Kongress hat eines gezeigt: Finanzberater benötigen nicht nur fachlichen Input, sondern auch praxisnahe Lösungskonzepte. In Bezug auf die starke Regulierung der Versicherungsbranche konnten sich die Teilnehmer insbesondere von der Honorarberatung als zukunftsfähiges Geschäftsmodell überzeugen.“

Heiko Reddmann, Geschäftsführer der HonorarKonzept GmbH



Kongress Maklerberatung

Im immer herausfordernder werdenden Tagesgeschäft benötigen Makler heute Lösungen, die ihnen helfen, den Betrieb ihres Maklerunternehmens zu professionalisieren und den Vertrieb strategisch zu automatisieren. Der Kongress Maklerberatung gab Impulse für beides und widmete sich zudem der erfolgreichen Zusammenarbeit von Innen- und Außendienst. So wurde für viele teilnehmende Betriebe auf der diesjährigen DKM der Grundstein für die weitere Team- und Unternehmensentwicklung gelegt. Abgerundet wurde der inhaltsstarke Kongresstag durch Praxisideen der kürzlich ausgezeichneten Versicherungsmakler Deutschlands 2017.

„Einen Maklerbetrieb erfolgreich zu führen und zu entwickeln, ist heute die Kombination von professioneller, schlanker Verwaltung mit modernem, im besten Fall automatisch laufendem Vertrieb. Der Kongress Maklerberatung bot vielfältige Impulse für beides, die Resonanz der Teilnehmer war ausgezeichnet.“

Steffen Ritter,
Geschäftsführer der Institut Ritter GmbH und der IVV GmbH

In Kooperation mit



Kongress Maklerumfeld Gewerbe/Industrie/Leben

„Viele unterschätzen die Regelungstiefe der IDD. Insbesondere die Frage der sogenannten Interessenkonflikte und der Anreize wird detailliert von der Versicherungsaufsicht angegangen werden. Zusammen mit der prinzipienorientierten Aufsicht wird der Einfluss der BaFin auf die Versicherungsvermittler stärker durchschlagen. Dies trifft sie in einer Phase der Transformation in eine digitalisierte Welt.“

Dr. Hans-Georg Jenssen, geschäftsführender Vorstand
des Verband Deutscher Versicherungsmakler e.V. (VDVM)

In Kooperation mit



Verband
Deutscher
Versicherungs-
Makler e.V.

Die IDD-Umsetzung steht vor der Tür und wird einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Tätigkeit der Versicherungsvermittler haben. Was kommt hier auf die Makler zu? Wird das jeweilige Geschäftsmodell unter Druck stehen? Diese Frage beantwortete der Kongress Marktumfeld Gewerbe/Industrie und Leben. Darüber hinaus wurden auch andere Themen diskutiert. So wurde über die Zukunft des gewerblichen und industriellen Markts und über die Entwicklungen im Lebensversicherungsgeschäft gesprochen. Ebenfalls diskutiert wurden Themen wie Cyberversicherung und die Notwendigkeit eines digitalen Aktenschanks für Vermittler.



In Kooperation mit

CONSILIUM

Beratungsgesellschaft für
betriebliche Altersversorgung

Kongress Pflegeversicherung

„Die private Absicherung des Risikos einer Pflegebedürftigkeit ist das Gebot der Stunde. Die von Vater Staat beschworene Laienpflege durch Familienangehörige wird vor dem Hintergrund einer überalternden Gesellschaft, einer steigenden Lebenserwartung und der Zunahme von Singlehaushalten zunehmend an ihre Grenzen stoßen. Die persönliche Vorsorge sichert mit finanzieller Unabhängigkeit auch Lebensqualität.“

Alexander Schrehardt, geschäftsführender Gesellschafter der
Consilium Beratungsgesellschaft für betriebliche Altersversorgung mbH



Mit dem Pflegestärkungsgesetz (PSG II) hat der Gesetzgeber zum 01.01.2017 das Füllhorn der sozialen Wohltaten weit geöffnet und den Leistungskatalog der Pflegepflichtversicherung verbessert. Die Reform ist unstrittig ein Paukenschlag. Allerdings gilt es, die Frage zu klären, inwieweit die Zielsetzungen des Gesetzgebers mit den gesellschaftlichen Verwerfungen vereinbar sind. Besteht auch weiterhin Handlungsbedarf im Rahmen der privaten Vorsorge und wie haben die Versicherer auf die neuen Rahmenbedingungen reagiert? Mit dem Paradigmenwechsel durch das PSG II und die Folgen für die private Vorsorge hat sich der Kongress Pflegeversicherung beschäftigt.

Kongress Gewerbeversicherung

In Kooperation mit



„Gute Deckungskonzepte und Klauseln entscheiden über die Kundenbeziehung – mit dem Gewerbekongress bot sich ein spannender Vergleich im anspruchsvollen Gewerbegebiet. Qualifizierte Beratung und Top-Produkte überzeugen unsere Partner, um innovativ am Markt voranzugehen.“

Andreas Brunner, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der VEMA eG

Der DKM-Kongress Gewerbeversicherung hatte es sich zum Ziel gesetzt, den teilnehmenden Vermittlern Ideen und Lösungen für die Absicherung kleiner und mittelständischer Unternehmen zu geben. Das Konzept ging auf: Teilnehmer erfuhren in spannenden Vorträgen alles über die neuen Produkte und bewährten Konzepte in diesem Bereich. Vom Firmenkonzept über spezielle Themen wie Nanotechnik oder Drohnenversicherung bis hin zu besonderen Klauseln, die im Schadenfall deutliche Vorteile bringen, zeigte der Kongress Firmen- und Handwerkerkonzepte, Lösungen für besondere Haftpflichtrisiken, Multi-Risk-Policen und eine neue Modularlösung für das Gewerbegebiet.



Kongress Immobilienwirtschaft



Die Branchen wachsen zusammen. Versicherungs- und Finanzvermittler verkaufen Immobilien, Immobilienmakler bieten Finanz- und Versicherungsprodukte an. Wie aber kann sich der Einzelne im Markt und seiner Region behaupten? Welches Angebot muss der Vermittler vorweisen? Wie erzeugt er einen Kundensog? Welche Möglichkeiten gibt es, in den Komplementärbereichen zusätzliche Provisionen zu generieren? Welche Möglichkeiten bieten Social Media und Digital Evolution und welche Vorteile hat der Verbraucher? Auf diese und weitere brennende Fragen ging der Kongress Immobilienwirtschaft ein und bot einen spannenden Blick über den Tellerrand in die Schnittmenge der Finanz-, Versicherungs- und Immobilienbranche.

„Das große Interesse am Kongress Immobilienwirtschaft zeigt, dass Immobilien zu Recht ihren Platz auf der DKM haben. Immobilien sind ein ideales zusätzliches Standbein für Finanz- und Versicherungsvermittler, mit dem es sich auseinanderzusetzen lohnt – gerade in Zeiten von MiFID, IDD & Co.“

Michael Herrmann, Chefredakteur des Fachmagazins ImmoCompact

In Kooperation mit

ImmoCompact
Das Fachmagazin für die Immobilienwirtschaft

Kongress Krankenversicherung



Durch den zeitlichen Rahmen zwischen DKM und Bundestagswahl bot der Kongress Krankenversicherung eine gute Gelegenheit zu diskutieren, inwiefern sich die Ergebnisse des Urnengangs konkret auf die Entwicklung des deutschen Gesundheitswesens auswirken würden. Darüber hinaus wurden weitere Fragen besprochen: Setzen neue Marktteilnehmer wie ottonova die etablierten PKV-Versicherer unter Druck? Kann die Sparte Krankenversicherung künftig wieder Maklers Liebling werden? Anhand von Fachvorträgen wurden auf diese Themen Antworten gesucht und als Abschlusshighlight mit ausgewählten Branchenexperten am VIP-Roundtable diskutiert.

In Kooperation mit



” Neue Trends wurden unter dem Motto ‚Die Zukunft der Gesundheitsversorgung und inwieweit die Krankenversicherung in den nächsten Jahren revolutioniert werden kann‘ vorgestellt. Vortragsübergreifend konnte man den zukunftsweisenden Trend hin zu Gesundheitsdienstleistungen wie Apps, Portalen und Telemedizin für Versicherer und Kunden deutlich erkennen, aber eine wirkliche Disruption ist trotz ottonova und Co. bislang nicht festzustellen.“

Melissa Knie, Geschäftsleitung der insuro Maklerservice GmbH

Kongress Maklernachfolge

” Es geht um zu viel, als dass Makler im Thema Bestandsverkauf und Nachfolgeplanung irgendwas dem Zufall überlassen sollten: um sehr viel Geld, exorbitante Käuferrenditen, hohe rechtliche und steuerliche Risiken, leider aber auch um die Abwehr von Hinterlist! Der würdige Umgang mit einem Lebenswerk verlangt nach professioneller, unabhängiger Unterstützung.“

Norman Wirth, Rechtsanwalt und geschäftsführender Vorstand des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung e.V.

In Kooperation mit



Den meisten Maklern ist klar: Das eigene Maklerunternehmen stellt in den meisten Fällen ein kleines Vermögen dar, in manchen Fällen sogar ein großes. Was tun also, wenn es darum geht, die Nachfolge für das eigene Unternehmen zu regeln? Oder wenn man sich mit dem Gedanken trägt, den Bestand eines bestehenden Unternehmens zu kaufen? Alles rund um den Verkauf, den Kauf und die Übertragung von Maklerbeständen und Maklerunternehmen erfuhren die Teilnehmer des Kongresses Maklernachfolge auf der DKM. Hier wurden alle wichtigen Details zu diesem für Makler spannenden Thema besprochen.



Kongress Unfallversicherung



In Kooperation mit



Im täglichen Versicherungsgeschäft gewinnt die Unfallversicherung sowohl bei Privat- als auch Gewerbekunden weiterhin an Bedeutung, um wichtigen Faktoren wie Kundenbindung und Bestandsaufbau gerecht zu werden. Doch wie sieht die Zukunft der Unfallversicherung aus? Welche Rolle spielen Assistance-Leistungen? Wohin geht der Trend in der Unfallversicherung? Diese und weitere Themen wurden im diesjährigen DKM-Kongress Unfallversicherung beleuchtet.

„Die meisten Unfälle passieren noch immer im privaten Bereich, der durch eine private Unfallversicherung abgesichert sein sollte. Dies nahm die DMA zum Anlass, dieses Thema bei den DKM-Besuchern wieder aufzufrischen und zu vertiefen. Es wurde über bereits bestehende und neue Absicherungsmöglichkeiten der einzelnen Versicherungsgesellschaften informiert.“

Nadine Polan, Produktmanagerin Sach/HUK bei der Deutsche Makler Akademie (DMA)

Kongress Unternehmertum

In Kooperation mit



„Nur solche Vermittlerbetriebe, die eine professionelle Unternehmensführung durch einen mit entsprechenden Kompetenzen ausgestatteten Unternehmer mit einer positiven Grundeinstellung zum Unternehmertum besitzen, werden noch zukunftsfähig sein.“

Andreas Vollmer, Vize-Präsident des BVK e.V.

Nur wenige Branchen sind einem so starken Veränderungsdruck unterworfen wie die Vermittlerschaft in Deutschland. Die ganz grundsätzliche Infragestellung der bisherigen Rahmenbedingungen der Berufsausübung durch gesetzliche Regulatorik, Digitalisierung und den demografischen Wandel stellt völlig neue Herausforderungen an die Führung von Vermittlerbetrieben. Aus diesem Grund hat sich der BVK e.V. die Entwicklung solcher Kompetenzen zur Aufgabe gemacht, die Vermittler befähigen, auch in Zukunft erfolgreiche Unternehmer zu sein. 400 Teilnehmer eines sich mit der Grundeinstellung des Unternehmertums und den professionellen Managementwerkzeugen einer professionellen Führung des zukunftsfähigen Vermittlerbetriebes beschäftigenden Kongresses informierten sich darüber, wie der größte Maklerverband dieses Thema sieht und welche Unterstützungsmöglichkeiten bestehen.



Kongress Vertrieb

In Kooperation mit

BUHR & TEAM
Akademie für Führung und Vertrieb AG

„Wir haben bewusst ein heterogenes Kongressprogramm zusammengestellt, um möglichst viele Vertriebsthemen der Branche zu bedienen. Wir freuen uns, dass dieses Konzept bei den Besuchern so gut angekommen ist. Ganz besonders die Themen Content und Digitalisierung, die sehr eng miteinander zusammenhängen, sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für den Vertrieb heute. Nur wer heute hybrid – online und offline – agiert, wird zukünftig erfolgreich sein.“

Simon Schmitz, Marketing Manager bei der
Buhr & Team Akademie für Führung und Vertrieb AG



Auch in diesem Jahr war der Kongress Vertrieb ein absolutes Highlight für Besucher, Referenten und uns als Organisator. Unsere sechs großartigen Experten haben ihrem Publikum neue, spannende und vor allem relevante Inhalte geboten, was in dieser Form nur selten an einem Tag am gleichen Ort möglich ist. Von digitalen Marketing- und Vertriebstools, über wirksames Storytelling bis hin zu den richtigen Methoden der Neukundengewinnung und Kundenbindung wurden unter dem Kongressmotto „Vertrieb geht heute anders“ alle „Trending Topics“ der Vertriebswelt präsentiert. Freuen Sie sich jetzt schon auf den nächsten Kongress 2018!

Kongress Zukunft

Nach wie vor ist die Digitalisierung ein unterschätztes gesellschaftliches Phänomen, das Produktionsprozesse, Vertriebsstrukturen und Kommunikation zwischen Anbietern und Kunden auf eine neue Grundlage stellt und die Bedürfnisse der Kunden verändert. Sie fordert und fördert so die Herausbildung von neuartigen Produkten. Der Kongress Zukunft hat sich mit den Folgen des digitalen Transformationsprozesses beschäftigt und die potenziellen Entwicklungen für Vermittler und Geschäftsmodelle aufgezeigt.



„Wie wichtig den Besuchern das Thema Zukunft ist, war deutlich zu spüren – der Gesprächsbedarf nach unseren Vorträgen war enorm! Es gibt keine Blaupause für die digitale Transformation, deshalb ist sie so eine große Herausforderung für jedes Unternehmen. Um den positiven Chancen und Möglichkeiten für eine erfolgreiche Ausrichtung der Branche eine Bühne zu geben, war der Kongress Zukunft genau richtig.“

Max Hergt, Director Enabling & Transformation Programs
bei der 2b AHEAD ThinkTank GmbH

In Kooperation mit

2bAHEAD
tomorrowing your business

sponsored by **HDI**

Kongress InsurTech

Auf dem DKM-Kongress InsurTech haben neben den neuen digitalen Versicherungen ottonova, ELEMENT, flypper, One und FRIDAY zahlreiche InsurTechs sowie die etablierten Akteure ALTE LEIPZIGER, AXA, Basler, die Bayerische, ERGO, Helvetia, NÜRNBERGER, R+V, VHVG, vigo und Zurich eindrucksvoll unter Beweis gestellt, wie schnell sich der InsurTech-Bereich in Deutschland weiterentwickelt hat. Auf kaum einer Veranstaltung neben der DKM hat man als Vermittler, die Möglichkeit das gesamte „Who's who“ der zweiten InsurTech-Welle hautnah zu erleben.

„Die Akteure haben verstanden, dass Kooperationen zwischen InsurTechs und etablierten Marktteilnehmern sinnvoll sind. Das breite Interesse der Messebesucher hat zudem gezeigt, wie groß das Verständnis für digitale Themen und Start-ups im Versicherungsbereich inzwischen ist und wie intensiv digitale Strategien die Agenda der Branche bestimmen.“

Wolfgang Essing, Senior Partner bei der
zeb.rolfes.schierenbeck.associates GmbH



In Kooperation mit



sponsored by **ERGO** 

Themenparks – Fachwissen in kompakter Form



Der InsurTech-Themenpark erfreute sich wie schon im Jahr zuvor großer Beliebtheit.

Die DKM bündelte das Wissen und die Fachkompetenz zu spezifischen Branchenthemen wieder im Rahmen der fünf Themenparks, in denen einzelne Themen- und Geschäftsbe-
reiche kompakt und kompetent aufbereitet wurden.

Themenpark InsurTech

Nach der erfolgreichen Premiere im letzten Jahr war auch 2017 der Themenpark InsurTech wieder auf der DKM vertreten. In einem flexiblen Modell aus Kongress, Themenpark und neuen Formaten hatte die Managementberatung zeb ein spannendes Programm zusammengestellt und die Messebesucher dazu eingeladen, die Angebote der aktuellen Fin- und Insur-



Hier konnten die Fachbesucher verschiedenen Fachpanels zu unterschiedlichen Themengebieten lauschen.



Beim Pitch-Contest wurde genau auf die Einhaltung des Zeitlimits für die einzelnen Präsentationen geachtet.

Tech-Sezene kennenzulernen. Eine Besonderheit des Themenparks stellte auch in diesem Jahr wieder der Pitch-Contest dar. So warben insgesamt zwölf Unternehmen in Kurzpräsentationen für ihr Geschäftsmodell, bevor eine Fach- und Publikumsjury im Anschluss abstimmte. Beim Jury-Voting setzte sich die Finanz- und Versicherung-App allesmeins des Maklerpools Jung, DMS & Cie. durch. Den 2. Platz teilen sich die Auszahlungsplattform OptioPay und der digitale Kundendiagnosespezialist Personal Business Machine. Das Publikum entschied anders und wählte das Altersvorsorge-Start-up fairr.de auf Platz 1. Ihm folgen allesmeins, Personal Business Machine und die Software für Formularprozesse ECON.

FuturePark

Der FuturePark, der an beiden Messetagen großen Publikumszuspruch erhielt, beschäftigte sich mit den Treibern, Trends und Technologien, die das zukünftige Bild der Gesellschaft und des Arbeitens bestimmen werden. In Verbindung mit dem angegliederten Kongress Zukunft wurden hier die tief greifenden globalen Zukunftsentwicklungen und deren Auswirkungen auf die Versicherungs- und Finanzwelt einprägsam dargestellt und den Fachbesuchern wichtige Denkanstöße für die eigene Unternehmensentwicklung gegeben. Zahlreiche Exponate und Gadgets zum Anfassen und Ausprobieren machten die wichtigsten Veränderungen der Lebens-, Arbeits- und Kundenwelten sowie die für die Branche relevanten Technologien auf kurzweilige Art persönlich erleb- und anfassbar.



Zukunft zum Anfassen und Ausprobieren gab es im FuturePark.



Hier wurden die spannenden Trends der Zukunft anschaulich präsentiert.



Fachbesucher im Gespräch mit den Ausstellern des Themenparks Investment

Themenpark Investment

Im Rahmen des Themenparks Investment wurde das immer stärkere Zusammenwachsen von Asset-Management und Versicherung vermittelt. Neben der anhaltenden Niedrigzinsphase, die den Vertrieb konventioneller Garantieprodukte erheblich erschwert hat, sorgt auch die Regulierungswelle in Form von MiFID II, Betriebsrentenstärkungsgesetz, Investmentsteuerreform, IDD & Co. für eine zunehmende Verschmelzung der beiden Welten. Was das konkret für die Vermittlung der Produkte und für die Zusammenarbeit von Versicherern und Investmentgesellschaften mit Beratern bedeutet, darüber konnten sich die Messeteilnehmer mit den beteiligten Ausstellern des Themenparks Investment intensiv austauschen. Damit stellte der Themenpark die ideale Ergänzung zum angegliederten Kongress „Investment“ dar, der die teilnehmenden Fachbesucher ebenfalls über die wichtigsten Anlagethemen informierte.

Weitere Themenparks: Software und Schadenmanagement

Die Themen Schadenmanagement und Software haben mittlerweile einen festen Stellenwert auf der DKM. In Form von Gemeinschaftsständen haben hier die ausstellenden Partner Gelegenheit, gemeinsame Synergien zu nutzen und die Fachbesucher auf die jeweiligen Geschäftsgebiete aufmerksam zu machen. Die beiden Themenparks erfreuten sich auch in diesem Jahr großer Beliebtheit.

Ausstellerworkshops mit brandaktuellen Branchenthemen



Die Workshop-Räumlichkeiten waren auch in diesem Jahr wieder sehr gut besucht.

Nicht nur durch das extensive Kongressangebot, sondern auch mit ihrem facetten- und umfangreichen Workshopprogramm hat die DKM ihrem Ruf, „der Weiterbildungstermin des Jahres“ zu sein, auch in diesem Jahr alle Ehre gemacht. An zwei Messetagen konnten sich die Fachbesucher ein persönliches Weiterbildungsprogramm zusammenstellen, das alle wichtigen und aktuellen Branchenthemen berücksichtigt hat.



Dr. Andreas Fürst von der Allianz hielt einen Workshop zur Cyberversicherung.

Insgesamt 45 Workshops

Neben dem Kongressprogramm hatten die DKM-Fachbesucher auch beim diesjährigen Workshopangebot die Qual der Wahl: Insgesamt 45 Workshops von ausstellenden Unternehmen standen an den zwei Messetagen zur Disposition. Das Themenspektrum reichte hier von Produktnews bis hin zur Vorstellung neuer Maklerservices. Darüber hinaus wurden auch allgemeine Themen wie „Cyber“ und die Herausforderungen der Niedrigzinsphase besprochen. Da in Workshops generell Themen eher erarbeitet werden, hatten die Teilnehmer auch hier jeweils im Anschluss ausreichend Gelegenheit, Fragen zu stellen und mit den jeweiligen Referenten ausführlich zu diskutieren.

„gut beraten“ auf der DKM



Auf der DKM kann der Fachbesucher sein Weiterbildungskonto unkompliziert auffüllen.

Die Fachbesucher der diesjährigen DKM konnten im Rahmen des Weiterbildungsprogramms der Fachmesse auch 2017 wieder viel für ihr Konto bei der Weiterbildungsinitiative „gut beraten“ tun.

Insgesamt 113 Punkte auf der DKM

Ein DKM-Besucher, der beide Messetage durchgängig zur Weiterbildung nutzen wollte, konnte in den beiden Tagen insgesamt 15 „gut beraten“-Punkte verbuchen. 2017 gab es 113 Vorträge, die mit 1 Punkt bewertet waren, davon 68 am ersten Messetag und 45 am DKM-Donnerstag. Dabei waren Kongressslots und Workshopkurse gleichermaßen von der Weiterbildungsinitiative im Vorfeld geprüft und auf ihren Mehrwert für die teilnehmenden Fachbesucher untersucht worden.



Wissen zum Nachhören und Nachlesen: Zahlreiche Vorträge und Diskussionen der Kongresse und der Speaker's Corner gibt es für Teilnehmer der DKM als Podcast unter www.die-leitmesse.de. Dort finden sich auch die freigegebenen Präsentationen aus Speaker's Corner, Kongressen und Workshops.

Stuttgarter *index-safe*: Damit Sie

da ankommen, wo Sie hinwollen.



Wegweisend: die einzigartige Indexrente nimmt Gewinne mit, ohne Verluste zu riskieren.

index-safe ist die renditestarke Vorsorge der Stuttgarter, die zugleich ein hohes Maß an Sicherheit bietet. Ihre Kunden profitieren von einer positiven Wertentwicklung durch breite Anlagestreuung des **exklusiv für Kunden der Stuttgarter** aufgelegten **M-A-X Multi-Asset Index**.

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

Zukunft machen wir aus Tradition.



Die Stuttgarter
Der Vorsorgeversicherer

Zeit zum Netzwerken: Warm-up und Dinner-Night

Termine, Gespräche, Diskussionen: Networking ist die Quintessenz des Miteinanders auf der DKM. Denn nirgends treffen so viele Marktteilnehmer in zwei Tagen aufeinander wie bei der Leitmesse der Branche. Wenn das Netzwerken tagsüber für teilnehmende Vermittler die Pflicht eines DKM-Besuchs ist, so stellen die Abendveranstaltungen die Kür der Kontaktpflege dar. Hier, in entspannter Atmosphäre, entstehen interessante Gespräche, werden die Fäden des Netzwerks neu gesponnen oder gefestigt. Auf der DKM 2017 hatten die Fachbesucher gleich zweimal die Gelegenheit, dies zu tun.



Die beiden Abendveranstaltungen der DKM sind der geeignete Ort, das persönliche Netzwerk auszubauen und zu pflegen.



Das Cateringhaus Stolzenhoff sorgte für das leibliche Wohl der Gäste.

Warm-up vor Messebeginn

Am Dienstag nach Beendigung des Messeaufbaus lädt die DKM traditionell die Aussteller und bereits in Dortmund anwesende Vermittler zum ungezwungenen DKM Warm-up ein. Am diesjährigen Messe-Dienstag bot ab 19.00 Uhr das festliche Ambiente in Halle 7 der Westfalenhallen die Möglichkeit des ungezwungenen Miteinanders.

Das Cateringhaus Stolzenhoff hatte dazu verschiedene Essensstationen

aufgebaut, die mit ihren unterschiedlichen Themen an ein leckeres Food-Truck-Festival erinnerten. Die Stimmung war sehr gut, als die rund 3.000 Gäste die DKM 2017 einläuteten.

Dinner-Night: Halbzeit-Highlight in schönem Ambiente

Nach einem erfolgreichen ersten Messetag war es auch in diesem Jahr wieder das erklärte Ziel der DKM-Organisatoren, den Gästen für die Halbzeitveranstaltung einen schönen Abend zu bieten. Das Konzept der Abendveranstaltung hatte sich im Vergleich zu den Vorjahren etwas geändert: Das Kartenkontingent wurde aufgeteilt in Sitzplatz- und Laufkarten, das Essen wurde in Form eines festlichen Menüs an einladenden Achtertischen serviert und das Augenmerk lag auch hier verstärkt auf einem festlichen Miteinander. Das Konzept ging voll auf: Die Teilnehmer der Dinner-Night zeigten sich begeistert von den servierten Speisen, die das Cateringhaus Stolzenhoff kreiert hatte, und rühmten den Abend als einen gelungenen Kontrapunkt zum hektischen Tagesgeschehen einer geschäftigen Fachmesse.



Festlich gedeckte Tische prägten das Bild der Dinner-Night 2017.



Und weiter geht's.

Annett Knerich,
Systemtrainerin M/MGA

Roman Goedeke,
Spezialist Lebensversicherung M/MGA

Danke für den konstruktiven Austausch auf der DKM und Ihre wertvollen Impulse.
Jetzt geht es mit voller Energie weiter. Gemeinsam sind wir FairÄnderer.

Kommen Sie auf uns zu. Wir freuen uns auf Sie. www.fairantworten.info

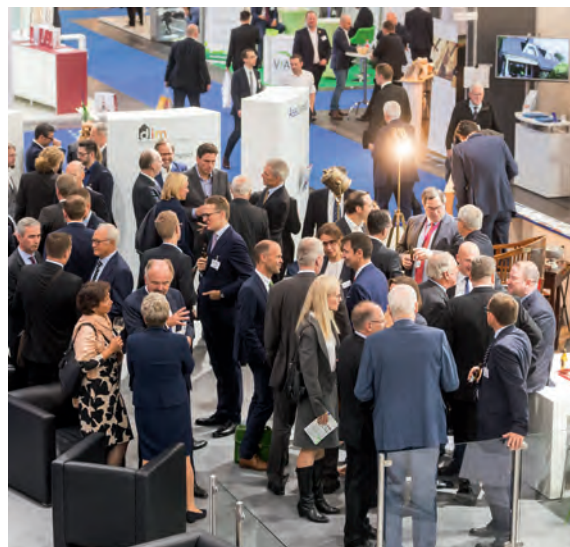


NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

Das sagen Besucher und Aussteller

” Der Besuch auf der DKM ist für mich in jedem Jahr ein Highlight, weil man nirgendwo sonst die neuesten Produkte und Entwicklungen in unserer Branche so komprimiert und hautnah kennenlernen kann. Die Aussteller haben sich wieder professionell präsentiert und die Palette der Fachvorträge war vielfältig und informativ. Besonders beeindruckt haben mich die vielen Neuerungen und Angebote zum Thema Digitalisierung. [...]. Ich freue mich schon sehr auf die DKM 2018!“

Uwe Löffeld, E&P Pensionsmanagement GmbH



Auf der DKM 2017 traf sich wieder die Branche.



Die Experten vermittelten geballtes Fachwissen.

” Die DKM 2017 hat mir besonders gut gefallen, weil sie so vielfältig war. Das breit angelegte Tagungsprogramm war sehr interessant, die großen Themen waren prominent besetzt. Um das auf diesem Level im Markt zu bekommen, muss man viele kostenpflichtige Veranstaltungen besuchen. Auffällig war auch wieder die Qualität des Publikums; hier hat die DKM in den letzten Jahren große Fortschritte gemacht.“

Rainer M. Jacobus,
Vorstandsvorsitzender der IDEAL Versicherungsgruppe

” Für mich ist die DKM vor allem eine Netzwerkplattform, die mir Gelegenheit gibt, auf kurzen Wegen alle Fragen und Themen zu klären, die über das Jahr aufgelaufen sind. Man kommt mit Geschäfts- und Vertriebspartnern in Kontakt und tauscht sich nicht zuletzt mit Kollegen aus, die man jährlich dort trifft. Was ich an der diesjährigen DKM sehr geschätzt habe, ist, dass sie immer professioneller wird. [...].“

Kaspar Bonleitner,
Finanz- & Versicherungsmakler



Der gegenseitige Austausch wird hier großgeschrieben.

” [...] Die Leitmesse ist der Leuchtturm in der Branche und ein Pflichttermin für jeden, der sich beruflich mit den Themenfeldern Einkommenssicherung, Vorsorge & Familie, Hab & Gut sowie Gesundheit beschäftigt. Für uns ist es zugleich das ideale Forum, unser Versprechen ‚Versichert nach dem Reinheitsgebot‘ mit Leben zu füllen und anhand unserer Tarife, Services und Beratungsleistungen zu demonstrieren. Für mich hat sich auch in diesem Jahr wieder gezeigt: Persönliche Gespräche sind der Schlüssel für den gemeinsamen Erfolg.“

Martin Gräfer, Vorstand der Versicherungsgruppe die Bayerische

” [...] Die DKM eignet sich besonders als Treffpunkt zum jährlichen Wiedersehen mit Jungmakler-Kollegen und führt zu wertvollen Kontakten mit den Entscheidern der Branche. Je öfter man dabei ist, umso mehr profitiert man vom Geben und Nehmen an Erfahrungen und Ideen für den eigenen Maklerbetrieb. Die Bereiche Versicherung, Investment und IT an zwei Tagen durch Vorträge und Workshops präsentiert zu bekommen, hilft uns als breit aufgestellter Familienbetrieb aktuell informiert zu sein.“

Julia Podzins, Versicherungsmakler Podzins GmbH & Co. KG



Die Pressekonferenz der DKM wurde wie in den Jahren zuvor zusammen mit dem BVK gestaltet.



Angeregte Gespräche prägten das Bild der DKM.

” [...] Durch die Präsenz der wichtigsten Gesellschaften und Dienstleister wie auch interessanter Neuheiten kann man sich an beiden Tagen einen guten Überblick zu aktuellen Themen und Trends verschaffen. Zudem ist es auch eine gute Gelegenheit, sich im persönlichen Gespräch mit seinen Vertriebspartnern auszutauschen. Gerne nutze ich außerdem die Möglichkeit der Fortbildung bei den diversen Vorträgen und Workshops. [...]“

Uwe Stratmann, Versicherungsmakler



In der Speaker's Corner wurde lebhaft diskutiert.

„ Die DKM 2017 war wie in den letzten Jahren auch der jährliche Höhepunkt in der Versicherungsbranche. Seit über zehn Jahren besuchen wir die Messe und sind stets begeistert ins Tagesgeschäft zurückgekehrt. [...] Wir besuchten nicht nur die Gesellschaften, mit welchen wir seit vielen Jahren zusammenarbeiten, sondern suchten auch Kontakte zu neuen Produktanbietern [...]. Schwerpunkt für uns waren in diesem Jahr die Veranstaltungen zur Risikoabsicherung, zu Haftungsfragen und zur Unternehmensnachfolge.“

Klaus Schmidt, Versicherungsmakler



Networking auf Augenhöhe kam nicht zu kurz.



Zahlreiche hochkarätige Branchenplayer waren auf der DKM vor Ort.

„ Auch in diesem Jahr war die DKM für Jung, DMS & Cie. wieder ein voller Erfolg, nicht nur weil wir für unser InsurTech allesmeins den Jurypreis der DKM gewonnen haben. [...]. Für uns als Maklerpool und Digitalisierungsdienstleister der Berater und Vermittler ist die Branchenmesse immer wieder ungemein wichtig, um hautnah zu erfahren, welche Wünsche und Bedürfnisse unsere Kunden und Produktpartner haben.“

Dr. Sebastian Grabmaier,
Vorstandsvorsitzender der Jung, DMS & Cie. AG



Auch in diesem Jahr wurden persönliche Kontakte gepflegt.



In der Speaker's Corner standen auch Fachthemen im Fokus.

„ Ein Besuch auf der Messe ist jedes Mal ein Highlight. Angefangen von den Kleinigkeiten, wie eine sehr gelungene Organisation, bis hin zu der Vielfalt an Themen, welche dort angeboten werden. Als Makler ist diese Messe eine einmalige Gelegenheit alle Akteure der Branche an einem Ort zu treffen. Neben sehr spannenden Gesprächen, ist es eine tolle Möglichkeit sich in kürzester Zeit einen gesamten Marktüberblick zu neuen Produkten und Teilnehmern zu verschaffen. Lohnenswert zu erwähnen sind insbesondere die spannenden Themen rund um die Digitalisierung. [...]“

Christos Sakalidis, RVM Versicherungsmakler GmbH und Co. KG



Auch die Abendveranstaltung lud zum Netzwerken ein.

” Als Maklerversicherer ist für die VHV der intensive Dialog mit Maklern und Vermittlern das A und O. Die DKM bietet jedes Jahr aufs Neue einen hervorragenden Rahmen dafür. Deswegen war ich begeistert von dem erneut großen Andrang an unserem Stand auf der diesjährigen DKM. Wir haben unzählige Gespräche über aktuelle Themen geführt und von den Maklern eine starke positive Resonanz bekommen. [...]“

Dr. Angelo O. Rohlf,
Vertriebsvorstand der VHV Allgemeine Versicherung AG

” „Das diesjährige Branchentreffen war für Swiss Life wieder ein voller Erfolg. Die zahlreichen konstruktiven Gespräche mit Maklern und Branchenvertretern haben uns gezeigt, dass wir mit unseren Produkten und Dienstleistungen den Nerv der Zeit getroffen haben. [...] Die DKM hat sich darum auch 2017 für uns als eine ausgezeichnete Plattform erwiesen und ist für uns als einer der führenden Maklerversicherer auch 2018 ein fest eingepplanter Termin, bei dem wir nicht fehlen werden.“

Thomas A. Fornol, Leiter Maklervertrieb und Mitglied der Geschäftsleitung der Swiss Life AG



Entscheider äußerten sich zu den aktuellen Entwicklungen der Branche.



An den Ausstellerständen konnte man so manchen VIP treffen.

” „Seit vielen Jahren kommen wir auf die DKM, um dort die wichtigsten Branchenteilnehmer persönlich zu sprechen. Auf keiner anderen Veranstaltung im Jahr kommt so viel Wissen, Kompetenz und Vertriebserfahrung zusammen! Mit unserem eigenen Messekonzept geben wir Kooperationspartnern die Gelegenheit, sich das erste Mal auf der Leitmesse zu präsentieren. Immer wieder wird uns in den Vorgesprächen die Frage gestellt: Lohnt es sich überhaupt, auf der Messe vertreten zu sein, ob nun als Gast oder Aussteller? Unsere Antwort lautet immer gleich: Ja, es lohnt sich! [...]“

Sebastian M. Laude,
Inhaber der MAKLERKONZEPTE GbR

Anmerkung: Die Zitate wurden aus Platzgründen gekürzt. Vollständig nachzulesen sind sie im DKM-Rückblick auf www.die-leitmesse.de.

ZAHLEN

zur Überschuldung von
Privatpersonen in Deutschland

6,9

Mehr als

Mio. Menschen hierzulande über 18
Jahren sind überschuldet.

7,6%

der Frauen

weisen Zahlungsstörungen auf, bei
den Männern sind es 12,7%.

10%

Rund

betrug die Überschuldungsquote
für die gesamte Bundesrepublik
zum Stichtag 01.10.2017.

1,7

Mio. junge Menschen

unter 30 Jahren werden als über-
schuldet eingestuft.

4,4

Mit rund

Mio. treten fast alle Überschul-
dungsfälle in der „Mitte der Gesell-
schaft“ auf.

(Quelle: Verband der Vereine Creditreform e.V.;
eigene Darstellung)

Die meisten Deutschen würden die elektronische Gesundheitsakte nutzen

(ac) In der elektronischen Gesundheitsakte sollen künftig alle Informationen zum Gesundheitszustand eines Patienten zusammengeführt werden. In einer Umfrage hat das Marktforschungsinstitut SPLENDID RESEARCH nun beleuchtet, wie es um die Akzeptanz der Gesundheitsakte innerhalb der Bevölkerung steht und welche Erwartungen die Nutzer haben. Wie die Ergebnisse belegen, würde die Mehrheit der Deutschen (56%) die elektronische Gesundheitsakte nutzen. Lediglich 10% sprechen sich gegen eine Zusammenführung ihrer Gesundheitsdaten in elektronischer Form aus. Ein Drittel der Befragten zeigt sich noch unentschlossen und muss Vor- und Nachteile erst noch abwägen.

Gesundheitsakte soll Zeit und Aufwand sparen

Welche Funktionen die Akte bieten soll, davon haben die Deutschen klare Vorstellungen: In erster Linie versprechen sich die Nutzer eine Zeit- und Aufwandsersparnis. Am stärksten nachgefragt werden dabei die Notfalldatenfunktion und der elektronische Impfpass. 60% der Deutschen erwarten eine automatisierte Übertragung der Gesundheits- und Behandlungsdaten sowie die flächendeckende Einbindung von Ärzten, Krankenkassen und Apotheken.

Deutsche erwarten positiven Einfluss auf Behandlungsverlauf

Außerdem gehen die meisten Bundesbürger davon aus, dass die elektronische Gesundheitsakte einen positiven Einfluss auf Behandlungsverlauf und Gesundheitsverhalten haben wird: So sind drei von vier Personen der Meinung, dass die Gesundheitsakte Ärzten im Notfall wertvolle Informationen bieten kann. Die Hälfte der Befragten erhofft sich zudem eine Erhöhung der Behandlungssicherheit, wenn die medizinischen Daten umfassend zur Verfügung stehen. Ebenfalls die Hälfte der Befragten erwartet von der elektronischen Gesundheitsakte positive Auswirkungen auf das eigene Gesundheitsverhalten, etwa durch häufigeres Blutdruckmessen.

Bedenken in Sachen Datenschutz

SPLENDID RESEARCH wollte auch wissen, welche Befürchtungen die Menschen in Bezug auf die elektronische Gesundheitsakte hegen: So sehen sechs von zehn Deutschen sowohl die Gefahr des gläsernen Bürgers als auch das Potenzial des Missbrauchs durch Kriminelle. Für acht von zehn Befragten ist es wichtig, zu jeder Zeit selbst die Kontrolle über den Inhalt der gespeicherten Daten zu haben.

Nach diesen Versicherungen wird am häufigsten gegogelt

(ac) Das Beratungshaus mediaworx Berlin AG ermittelt quartalsweise anhand von Google-Suchanfragen die gefragtesten Versicherungsprodukte in Deutschland. Im Rahmen der aktuellen Analyse wurden Anstieg bzw. Rückgang der Nachfrage nach rund 180 Versicherungsprodukten im dritten Quartal 2017 im Vergleich zum dritten Quartal des Vorjahres ausgewertet. Das nun veröffentlichte Ranking zeigt die Top- und Flop-Policen: So gehören Cyberversicherung, Elementarversicherung und Rentenversicherung zu den gefragtesten Versicherungsprodukten, während private Krankenversicherung, Sterbegeldversicherung und iPhone-Versicherung unter den „Flops“ landen.

Den starken Anstieg der Elementarversicherung mit plus 50% führen die Experten von mediaworx auf die Unwetter Mitte und Ende 2017 zurück. Ebenfalls deutlich zugenommen hat die Nachfrage nach Drohnepolicen. Wie das Beratungshaus mediaworx unterstreicht, bleibe hier der Bedarf mit plus 50% seit über drei Jahren ungedeckt.

Online-Interesse an Versicherungen wächst

Zudem wurde bei der Untersuchung auch die Entwicklung des gesamten Versicherungsmarktes ausgewertet. Demzufolge hat das Online-Interesse insgesamt an Versicherungen im dritten Quartal 2017 im Vorjahresvergleich um 6% zugenommen. In absoluten Zahlen bedeutet dies einen Anstieg von knapp 64.000 monatlichen Suchanfragen (von 1.105.730 auf 1.169.650).

Studie: Marktdurchdringung von Cyberversicherungen gering

(ac) Auch unter privaten Internetnutzern steigt das Bewusstsein für die drohenden Gefahren des Internets. Dies zeigt die Studie „Cyberrisiken im Privatbereich“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. So haben 19% der Internetnutzer in Privathaushalten Angst vor Datendiebstahl, das sind fast doppelt so viele wie noch im Jahr 2014 (11%). Allerdings informieren sich laut Studie weniger Menschen regelmäßig über Internetsicherheit als noch 2014 und auch die Nutzung von Virenscannern und anderen Softwarelösungen zum Schutz vor Internetrisiken nimmt tendenziell ab.

Die Marktdurchdringung von Cyberversicherungen ist äußerst gering, nur 1% der privaten Nutzer verfügt 2017 über eine Police gegen Cyberrisiken. Doch die Studienautoren von YouGov sehen durchaus Potenzial. Denn laut Umfrage kann sich rund jeder fünfte private Internetnutzer vorstellen, eine Cyberversicherung abzuschließen. An erster Stelle steht dabei die Absicherung finanzieller Risiken (15%), gefolgt von Versicherungen gegen technische Schäden (12%) und Schäden, die durch Ausspähung personenbezogener Daten entstehen (10%).

Jüngere und Besserverdienende an Cyberpolicen interessiert

Wie die Ergebnisse der Studie zeigen, handelt es sich bei den Internetnutzern, die eine Cyberversicherung abschließen würden, eher um Jüngere und Besserverdienende. Sie würden deutlich häufiger Printmedien konsumieren und eher den telefonischen Direktvertrieb bevorzugen als jene ohne Abschlussbereitschaft. Was die Beratung zur Internetsicherheit betrifft, sehen die Umfrageteilnehmer die Kompetenz allerdings nicht bei den Versicherern, sondern bei Internet Providern, PC- und Laptop-Herstellern sowie Telekommunikationsunternehmen.



19% der Internetnutzer in Privathaushalten haben Angst vor Datendiebstahl, das sind fast doppelt so viele wie noch im Jahr 2014 (11%).

Neuer Bachelor Versicherungsmanagement in Norddeutschland

(ac) Im April 2018 startet in Norddeutschland der erste berufsbegleitende Bachelor-Studiengang Versicherungsmanagement, der von der HSBA Hamburg School of Business Administration in Kooperation mit dem Berufsbildungswerk der Versicherungswirtschaft Hamburg (BWV) e. V. angeboten wird. Der Studiengang wendet sich an Versicherungskaufleute, die bereits eine Weiterbildung zum Fachwirt für Versicherungen und Finanzen abgeschlossen haben. Für die Fachwirte ist es möglich, direkt in das 5. Semester des Bachelor-Studiengangs einzusteigen und in 27 Monaten einen branchenspezifischen Hochschulabschluss zu erlangen. Der Fachwirtsabschluss wird in vollem Umfang angerechnet. Zur Zielgruppe des neuen Studiengangs zählen Mitarbeiter aus Versicherungs- und Maklerunternehmen sowie aus Vertrieben und Beratungshäusern.

Konzipiert wurde das berufsbegleitende Bachelor-Angebot in enger Abstimmung mit der Hamburger Versicherungswirtschaft. „Das Studienangebot ist gezielt für die Bedürfnisse der Mitarbeiter der Versicherungswirtschaft entwickelt worden und zeichnet sich durch seine hohe Praxis- und Anwendungsorientierung aus“, erklärt Marcus Janßen, geschäftsführender Vorstand des BWV Hamburg e.V. 50% der Lehrinhalte hätten unmittelbaren Bezug zur Versicherungswirtschaft, betont Studiengangsleiter Prof. Dr. Florian Elert von der HSBA. Die Vorlesungen finden freitags nachmittags und samstags statt, außerdem gibt es in jedem Semester eine Blockwoche. Die Studiengebühren belaufen sich auf 425 Euro pro Monat, Bewerbungen sind ab sofort möglich. Mehrere Versicherer und Institutionen der Versicherungswirtschaft haben die Entwicklung des Studiengangs finanziell unterstützt.

DMA-Förderverein offen für Versicherungsmakler

(ac) Um sich im Markt breiter aufzustellen, ändert der Förderverein der Deutschen Makler Akademie (DMA) seine Satzung und seine Beitragsordnung. Auf Wunsch der Maklerschaft können nun erstmals auch einzelne Versicherungsvermittler eine direkte Mitgliedschaft erlangen. Außerdem wurden die Mitgliedsbeiträge zum Teil deutlich gesenkt und orientieren sich nun an der Zahl der Beschäftigten in den Firmen.

Künftig sollen neben kleineren Vertrieben, Dienstleistern und Pools auch Kapitalanlagegesellschaften und Banken sowie Versicherer mit weniger als 250 Mitarbeitern günstige Beiträge zahlen. Auch für diverse InsurTechs stelle die Mitgliedschaft eine interessante Möglichkeit dar, sich noch weiter in die Branche zu integrieren. In den nächsten Monaten will die DMA ihr Profil weiter schärfen. Zudem wird erörtert, wie Förderer passgenau unterstützt werden können.

Institut Ritter feiert 25-jähriges Jubiläum

(ac) In diesem Jahr feiert das Institut Ritter sein 25-jähriges Bestehen. Das Unternehmen konzentriert sich seit seiner Gründung im Jahre 1992 auf die unternehmerische Entwicklung der Vertriebe von Versicherern und Finanzdienstleistern sowie deren Vermittlern. Inhaber Steffen Ritter blickt auf die Entwicklung der vergangenen Jahre und zieht ein Fazit: „Während in den 90er-Jahren vor allem Inhabertrainings und Beratungen im Fokus standen, steht heute die strategische, organisatorische und vertriebliche Entwicklung ganzer Teams im Mittelpunkt.“ Die Einbeziehung ganzer Vermittlerteams aus Innen- und Außendienst sei heute deshalb so wichtig, weil die nachwachsenden Generationen Mitbestimmung wünschen. Sie wollen einbezogen werden und den Sinn hinter den Abläufen verstehen. So sei auch der von Ritter vor zwölf Jahren initiierte renommierte Award „Deutsche Versicherungsagentur des Jahres“ und „Deutscher Versicherungsmakler des Jahres“ mittlerweile ein Preis für die ganze Mannschaft und nicht nur für den Inhaber eines Betriebs (siehe auch S. 119).

Neben dem Training und der Beratung von Vermittlern ist das Institut Ritter im deutschsprachigen Raum auch umfangreich in der Vertriebsoptimierung aufseiten der Versicherer aktiv. In den nächsten Jahren steht in der Weiterentwicklung des eigenen Unternehmens, so Ritter, neben Präsenzreihen und Beratungen der weitere Ausbau nachhaltiger Online-Trainings- und Begleitformate an. Diese nehmen laut Ritter bereits heute ca. 40% des eigenen Geschäftsvolumens ein.



„Heute steht die strategische Entwicklung ganzer Teams im Mittelpunkt“, so Steffen Ritter. Im Bild mit Moderatorin Frauke Ludwig bei der Jubiläumsfeier.

Hiscox erweitert E-Learning-Angebot um Cyberschutz

(ac) Mit dem neuen Modul „Sicher unterwegs“ baut der internationale Spezialversicherer Hiscox sein präventives E-Learning-Angebot für Geschäftskunden weiter aus. Der Baustein soll für Cyberrisiken abseits des Arbeitsplatzes sensibilisieren. So werden die Trainingsteilnehmer unter anderem über die Gefahren öffentlicher Netze aufgeklärt und fit gemacht im Umgang mit ungesicherten Hotspots. In weiteren Modulen erfahren Geschäftskunden, wie sich Phishing- und Social-Engineering-Attacken erkennen und abwehren lassen, wie sichere Passwörter aussehen und welche Risiken am digitalen Arbeitsplatz warten. Die überarbeitete Version des Cybertrainings bietet Hiscox seinen Kunden nun auch in englischer Sprache und als Tablet-Version.

Bereits seit Juni 2016 können Geschäftskunden des Spezialversicherers ihre Beschäftigten im Rahmen der Police mit kostenlosen Online-Trainings

zum Thema digitale Sicherheitsrisiken schulen und über den korrekten Umgang mit Daten informieren. Rund 1.000 Teilnehmer haben laut Hiscox bisher das Angebot zu den Bereichen Phishing, Social Engineering und Sicherheit bei Passwörtern bzw. am Arbeitsplatz genutzt.

Nachholbedarf bei Cyberschutzmaßnahmen

Wie der Spezialversicherer unterstreicht, habe ein Großteil der Unternehmen immer noch viel Nachholbedarf in Sachen Cyberschutzmaßnahmen. „Die Anzahl schlecht gegen Cyberattacken gerüsteter Unternehmen in Deutschland ist alarmierend. Laut Hiscox Cyber Readiness Report 2017 sind 62% der deutschen Unternehmen sogenannte Cyberanfänger. Sie verfügen nicht über die nötige Strategie, Ressourcen, Technologien und Prozesse, um adäquat gegen Cybergefahren gewappnet zu sein“, erklärt Ole Sieverding, Product Head Cyber & Data Risks bei Hiscox Deutschland.

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
Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Resultate
Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH

DER BESTANDSMARKTPLATZ
Und Ihre Zukunft hat Bestand.

easy Login und TGIC planen Zusammenarbeit

(ac) Für Makler gestaltet sich der Datenaustausch mit Versicherern oft sehr aufwendig und sie sind auf einen reibungslosen Zugang zu deren Online-Diensten angewiesen. Dazu gehören insbesondere Extranets und BiPRO-Schnittstellen. Die Login-Verfahren und Zugangsberechtigungen variieren allerdings sehr stark je nach Anbieter. Seit Jahren wird daher an Lösungen gearbeitet, um Maklern mit einer einzigen Anmeldung – „Single Sign-On“ (SSO) – Zugang zu Online-Services der Versicherer zu ermöglichen. Nun scheint das Ziel in Reichweite: Mit easy Login und der Trusted German Insurance Cloud (TGIC) wollen die beiden größten Initiativen ihre Kräfte für ein zukunftsfähiges SSO-Verfahren bündeln. Dies teilten Sprecher beider Initiativen auf der DKM in Dortmund mit. Ziel ist ein einheitlicher Zugang – wie eine Art „Generalschlüssel“ – zu allen Online-Diensten der Versicherungsbranche.

Sukzessive Zusammenführung

Mehr als 16.000 Makler und über 30 Versicherer setzen auf easy Login. Die TGIC steuert mit dem Insurance Trust Center (ITC) eine sichere Authentifizierungsinfrastruktur bei. Nachdem die Gremien der Organisationen Anfang 2018 formal zugestimmt haben, werden beide Lösungen zusammengeführt. Für Makler ergeben sich zunächst keine Änderungen. Sie können sich wie gewohnt zum SSO-Verfahren anmelden. Ein gemeinsames Gremium beider Initiativen wird über das weitere Vorgehen demnächst informieren.



easy Login und Trusted German Insurance Cloud (TGIC) wollen ihre Kräfte für ein zukunftsfähiges „Single Sign-On“-Verfahren bündeln.

Company Builder für FinTechs geht an den Start

(ac) In München ist „Finconomy“ gestartet, Deutschlands erster Company Builder für FinTechs und InsurTechs mit Ausrichtung auf das B2B-Segment mit Software-as-a-Service-Lösungen. Der Company Builder will digitale Plattformen für die Finanzbranche und Versicherungen bauen. Damit will sich Finconomy als unabhängiger Partner für Versicherungen, Banken, unabhängige Finanzvertriebe und Vermögensverwalter positionieren und Firmen in allen Unternehmensphasen begleiten. Wie Finconomy unterstreicht, ist es Unternehmensgründer und nicht reiner Finanzinvestor. Der Fokus liegt auf den Bereichen Personal Finance, Wealth Management, RegTech und InsurTech.

Finconomy will Marktteilnehmer im Rahmen der Financial Services dabei unterstützen, die Kundenschnittstelle zu besetzen, Kunden besser zu verstehen und die Interaktion mit ihnen zu erhöhen. „Die Kundenschnittstelle nicht zu verlieren, ist für etablierte Finanzdienstleister von zentraler Bedeutung“, erklärt Reinhard Tahedl, CEO und Managing Director von Finconomy. Wie Tahedl betont, werde dies nur gelingen, wenn Unternehmen im Rahmen der Digitalisierungsstrategie die richtigen Hebel ziehen und auf einen innovativen Partner setzen. „Bei Finconomy glauben wir an den hybriden Kunden, das heißt an einen, der neben digitalen Services auch den persönlichen Kontakt schätzt. Dieser Grundgedanke legt die Kooperation von alten und neuen Spielern nahe“, so Tahedl weiter. Wie das Unternehmen mitteilt, soll das Portfolio des Company Builders mit aktuell drei selbstständigen Ventures Anfang 2018 um eine weitere Neugründung ergänzt werden. Der Company Builder fungiert dabei als Hub für neue Ideen und soll Talente anziehen, ganz gleich, ob es sich dabei um agile High Potentials, erfahrene Unternehmer oder langjährige Industrieexperten handelt.

Finanzchef24: Vergleichsrechner für Transportversicherungen

(ac) Das Münchener InsurTech-Startup Finanzchef24 hat einen neuen Vergleichsrechner im Bereich Transportversicherungen auf den Markt gebracht (www.finanzchef24.de). Der Rechner ermöglicht für die Produkte Autoinhalts-, Warentransport- und Frachtführerhaftpflichtversicherung einen Preis-Leistungs-Vergleich sowie den Online-Abschluss.

Zum Start berücksichtigt der Vergleichsrechner Tarife der Anbieter Helvetia, Basler und AIG. „Durch den Einsatz unserer innovativen Underwriting-Technologie ist es uns gelungen, eine weitere Sparte der Gewerbeversicherung in eine digitale Infrastruktur zu übertragen“, betont Benjamin Papo, CEO und Geschäftsführer von Finanzchef24.

Auch persönliche Beratung möglich

Der Gewerbekunde wird über den Finanzchef24-Robo-Advisor systematisch durch den gesamten Prozess gelenkt. Dabei werden über dynamische Interviewschritte alle notwendigen Risikozusammenhänge sowie spezifischen Tätigkeitsfelder abgefragt. Vollautomatisch führt der Online-Vergleichsrechner eine eingängige Risikoanalyse durch und erstellt auf deren Basis eine Auswahl verbindlicher und auf den Bedarf des Kunden abgestimmte Angebote. Finanzchef24 bietet außerdem eine persönliche und kostenfreie Beratung durch seine hauseigenen Gewerbespezialisten an. „Mit unserem Beratungsmodell setzen wir konstant auf einen hybriden Ansatz und verbinden darin die Vorteile von Mensch und Technik“, erläutert Papo weiter.

Altтарifvergleich: Mr-Money kooperiert mit Versnavi

(ac) Um Versicherungsvermittlern künftig auch einen unmittelbaren Altтарifvergleich bieten zu können, arbeitet das Softwarehaus Mr-Money nun mit der VERS Versicherungsberater-Gesellschaft mbH/Versnavi zusammen. Im Rahmen der Kooperation wurde der Mr-Money-Sachvergleichsrechner um einen Zusatzbaustein erweitert. Mit der Versnavi-Software ist ein konkreter Leistungsvergleich der Vertragsbedingungen verschiedener Versicherer möglich. Auf der Basis von jeweils rund 30 Kriterien erfolgt eine umfassende Bewertung der einzelnen Angebote. Aktualität gewährleistet Versnavi den Anwendern über monatliche Updates, damit auch kleinere Änderungen in den Versicherungsbedingungen zeitnah beim Vergleich berücksichtigt werden.

Neben der spartenspezifischen Risiko-, Bedarfs- und Leistungsanalyse erhalten Vermittler eine unmittelbare Darstellung der in den geprüften Verträgen gegebenenfalls nicht enthaltenen Leistungen.

Canada Life ermöglicht elektronische Unterschrift

(ac) Geschäftspartner und Kunden können Versicherungsanträge von Canada Life nun elektronisch unterschreiben. Sie zeichnen die Unterschrift auf einem Smartphone, Tablet oder Surface direkt in der Online-Berechnungssoftware von Canada Life. Arbeitet der Geschäftspartner an einem PC, öffnet er das Unterschriften-Fenster, indem er einen QR-Code mit einer entsprechenden App auf seinem Tablet oder Smartphone scannt.

Optional: Upload-Funktion für zusätzliche Dokumente

Optional steht Geschäftspartnern nach Unterzeichnung eine Upload-Funktion für zusätzliche antragsrelevante Dokumente wie etwa Arztberichte zur Verfügung. Diese werden dann zusammen mit dem elektronisch signierten Antrag übermittelt. Die Online-Unterschrift steht zur Verfügung, wenn im Antrag nur eine Person versichert wird, diese mit dem Antragsteller identisch ist und alle Angaben für den Antrag vollständig sind. Beim Abschluss eines Risiko-Produkts müssen Kunden hierfür die Online-Risikoprüfung komplett durchlaufen.



Geschäftspartner und Kunden können Versicherungsanträge von Canada Life nun elektronisch unterschreiben.

Netfonds integriert Analysetool „tarifair“ in Beraterplattform

(ac) Der Maklerpool Netfonds integriert das Analysetool tarifair in seine Beraterplattform fundsware Pro. Auf Knopfdruck können Alttarife mit aktuellen Tarifen nach Verbraucherschutzkriterien verglichen werden. Der Tarifcheck bietet im Bereich der Sachversicherungen eine umfangreiche Datenbank von über 6.000 Alttarifen mit über 150 deutschen Versicherungsgesellschaften. Diese und zukünftige Tarife werden anhand der aktuellen Verbraucherschutzkriterien bewertet und einem entsprechenden Scoring unterzogen. Ein Tarifcheck ist in folgenden Sparten möglich: Haftpflicht-, Hausrat-, Unfall-, Wohngebäude-, Rechtsschutz-, Tierhalterhaftpflicht- sowie Kfz-Versicherungen. Grundlage der tarifair-Bewertungen sind die Mindestanforderungen großer deutscher Verbraucherschutzorganisationen. Das Analysetool tarifair basiert auf einer Kooperation mit dem Start-up 1blick GmbH.

Fünf Start-ups setzen auf digitale Vertriebsallianz

(ac) Der digitale Versicherer FRIDAY und die Online-Dienstleister Bonify, Clark, Friendsurance und Knip haben eine Kooperation gestartet. Gemeinsam wollen die Unternehmen mehr digitale Versicherungsprodukte anbieten und weitere Marktanteile im digitalen Versicherungsmarkt erschließen. Ziel der Kooperation sei es laut der Pressemitteilung von FRIDAY, neue kundenfreundliche und kostengünstige Produkte zu entwickeln und zu vermarkten. Dabei würden Versicherungsprodukte und Vertriebskanäle tiefergehend verknüpft.

„Der digitale Sektor ist ein Wachstumsmarkt und wichtiger Baustein der Zukunft der Versicherungsindustrie“, so Dr. Christoph Samwer, CEO von FRIDAY. Durch den Fokus auf Technologie und den Kunden solle diesem ein Mehrwert entstehen. „Digital werden bedeutet auch, mit anderen Vorreitern im digitalen Ökosystem die besten Kundenlösungen zu bauen. Jeder spielt seine Stärke aus.“

ConceptIF: Abschluss von Gewerbeversicherungen vollständig digital

(ac) Die ConceptIF BIZ GmbH führt einen durchgängigen Online-Prozess im Bereich der Gebäude-, Inhalts- und Ertragsausfallversicherung sowie der Betriebshaftpflichtversicherung ein, wie der Assekurateur für Gewerbeversicherungen mitteilt. Gewerbemakler haben die Möglichkeit, über die CIF-Plattform in einem durchgängigen Online-Prozess die Risiken für zahlreiche Betriebsarten zu erfassen, über eine einheitliche Auflistung der Leistungen mehrere Anbieter zu vergleichen, Angebote zu erstellen und eine Deckung zu beantragen. Kooperationspartner ist die Gewerbeversicherung24 Vergleichsportal GmbH aus Frankfurt. Auch das erforderliche Beratungsprotokoll wird im Online-Prozess erstellt. Kommt es im Nachhinein zu Änderungswünschen bei Kunden, können diese online durchgeführt werden. Sollten individuelle Risiken nicht online berechnet werden können, haben Makler die Möglichkeit, ihre Anfrage über die Plattform an ein Expertenteam zu richten, das ein Angebot erstellt.

Neue Betriebshaftpflicht in Gewerbeplattform integriert

Im Zuge der Einführung der Gewerbeplattform hat ConceptIF eine Betriebshaftpflichtversicherung für über 500 Betriebsarten gelauncht. Als Deckungssumme, die sich nach dem Geschäftsrisiko richten sollte, können bei Personen- und Sachschäden 5 oder 10 Mio. Euro, bei Vermögensschäden 500.000 Euro vereinbart werden. Falls die Bedingungen des Altvertrages eine bessere Deckung bieten, greift die Besserstellung, die vor Deckungslücken aus dem Altvertrag bis zu fünf Jahre in die Zukunft schützt. Dies verhindert Haftungsfallen beim Wechsel des Versicherers.

Existenzgründern bietet ConceptIF einen Rabatt von 15% auf die neu eingeführte Betriebshaftpflichtversicherung bis zwei Jahre nach Betriebsgründung. Eine Ermäßigung erhalten auch handwerkliche Kleinbetriebe, die maximal 20.000 Euro Lohnkosten haben (den Inhaber nicht mitgerechnet).



Existenzgründern bietet ConceptIF einen Rabatt von 15% auf die neu eingeführte Betriebshaftpflichtversicherung bis zwei Jahre nach Betriebsgründung.

„Unternehmer-Ass 2017“: Die besten Versicherungsvermittler

(ac) Im Rahmen der Jubiläumsveranstaltung „25 Jahre Institut Ritter“ haben Mitte Oktober der BVK Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e. V., das Versicherungsmagazin, das IVV Institut für Versicherungsvertrieb und das Institut Ritter den diesjährigen Award „Unternehmer-Ass“ verliehen. Bei der mittlerweile zwölften Auflage des Awards, mit dem die besten deutschen Versicherungsagenturen und Versicherungsvermittler ausgezeichnet werden, nahmen in der finalen Auswertung 131 Vermittlerbetriebe teil.

Bei den Versicherungsmaklern konnte sich die maiergroup Versicherungsmakler GmbH aus Tuttlingen als Sieger durchsetzen. Die Auszeichnung in Silber erhielt die Kölner nucleus Finanz- und Versicherungsmakler AG, die Auszeichnung in Bronze ging an die Kassel GmbH aus Bad Berleburg. Bei den Versicherungsagenturen siegte die Zurich-Bezirksdirektion Jörg Riediger aus Meitingen vor der SparkassenVersicherungs-Geschäftsstelle Florian Behrens aus Weil am Rhein und der Düsseldorfer Nordrhein Assekuranz Service GmbH, SVG. Aufgrund der zusätzlich sehr großen Bewerberzahl aus Österreich und der Schweiz wurde in diesem Jahr erstmals der Award „Unternehmer-Ass international“ an die beste deutschsprachige ausländische Versicherungsagentur verliehen. Der Preis ging in die Schweiz, an Pascal Zurbruggen, Zurich Versicherung, Visp.

Fonds Finanz mit Vergleichsprogramm für Kfz-Geschäft

(ac) Fonds Finanz hat ein neues Vergleichsprogramm für das Kfz-Geschäft gestartet: Das Modul „Trixi“ von softfair bietet Prämien-, Merkmals- und Leistungstextvergleiche für Pkw, Zweirad, Camping- und Nutzfahrzeuge. Es löst das bisherige softfair-Kfz-Modul ab. „Trixi“ wurde auf Basis von FinanzLotse 3.0 von softfair entwickelt. Vermittler können damit Angebote für ihre Kunden ermitteln und den gesamten Prozess digital abwickeln. Der Einstieg in das Programm erfolgt über das AkquiseCenter 3.0 von softfair, das die Fonds Finanz derzeit zum Kern der Maklerplattform weiterentwickelt. Mit dem Kfz-Modul Trixi können parallel bis zu fünf Fahrzeuge eines Haushaltes in nur einem Vorgang berechnet werden. Das Programm ermöglicht dabei auch die Berechnung verschiedener Wagniskennziffern.

Anzeige

AssCompact

HEFTVORSCHAU 01|2018

» Titelfeature

Interview mit Dr. Angelo O. Rohlf, Vertriebsvorstand der VHV Allgemeine Versicherung AG

» Sonderthema

Arbeitskraftsicherung/Existenzschutz

» Weitere Themen

Fachbeitrag der Barmenia über die erfolgreiche Vermittlung von bKV-Produkten, Interview mit Dr. Dr. Michael Fauser, Vorstandsvorsitzender der ERGO Leben, Ausblick auf rechtliche Änderungen im Jahr 2018 von Rechtsanwalt Dr. Michael Wurdack und weitere spannende Artikel sowie zahlreiche Kurzmeldungen zu aktuellen Themen.

Das Heft erscheint in der ersten Januarwoche.

1. PLATZ

bei 28% im Relevant Set
Print
in der Zielgruppe Versicherungs- und Finanzmakler

HÖCHSTE
RELEVANZ

09/2016 YouGov
www.yougov.de

1. PLATZ

Jahreskontakt 49%
Print, 12 x pro Jahr
in der Zielgruppe Versicherungs- und Finanzmakler

HÖCHSTE
REICHWEITE

09/2016 YouGov
www.yougov.de



Erfolg langfristig sichern – Aber wie kann ich das erreichen?

Gar nicht! Eine Langfrist-Erfolgsgarantie gibt es nicht, sonst würden nicht immer wieder – in den sogenannten schwierigen Zeiten – ehemals sehr erfolgreiche Unternehmen in Schieflage geraten. Aber es gibt Verhaltensweisen, die den Misserfolg minimieren helfen.

Bleiben Sie wachsam!

Die Gegebenheiten, in denen Ihr Maklerbetrieb agiert, sind immer im Wandel. Unbemerkt, ein wenig – jeden Tag, jede

Die Gegebenheiten, in denen Ihr Maklerbetrieb agiert, verändern sich stetig. Das kann Auswirkungen auf Ihren künftigen Erfolg haben. Bleiben Sie also wachsam! Unternehmer sein heißt denken, bis es weh tut ...

Woche, jeden Monat, jedes Jahr. Sie gewinnen neue Kunden, Ihr Bestand entwickelt sich, der Markt verändert sich, die Technik wird vielseitiger, die Gesetzgebung variiert, das Kundenverhalten ändert sich. All dies kann Auswirkungen auf Ihren künftigen Erfolg haben. Bleiben Sie also wachsam! Unternehmer sein heißt denken, bis es weh tut ...

Denken Sie voraus!

Alle Änderungen Ihres Umfelds und auch die Entwicklung Ihrer eigenen Firma haben Auswirkungen auf Ihr Geschäft. Denken Sie voraus, in welcher Form und mit welchen Kunden Sie Ihren Erfolg morgen und übermorgen erzielen werden. Denken Sie voraus und handeln Sie bereits heute entsprechend!

Seien Sie veränderungsbereit!

Neue Produkte, neue Technik, veränderte Kundenwünsche? Beharren Sie nicht stur auf den Gewohnheiten, die Sie lieb gewonnen haben. Mit Mitteln von gestern gibt es kein morgen! Gehen Sie den Veränderungen entgegen, anstatt von Ihnen überfallen zu werden. Seien Sie bereit für Neues!

Erkennen (und bewahren) Sie Ihre Erfolgsverursacher!

Zwischen Verändern und Bewahren ist ein Spagat notwendig. Jeder Makler hat ganz eigene Geheimnisse für seinen Erfolg. Werfen Sie diese – trotz Ihrer Veränderungsbereitschaft – nicht unbedacht über Bord. Sorgen Sie dafür, „Ihre eigene, unverwechselbare Farbe“ nicht zu verlieren. Gehen Sie behutsam mit den Besonderheiten um, die Ihren Erfolg verursachen.

Setzen Sie jeden Tag Ihren Erfolg neu „auf die Schiene“!

Erfolg hat derjenige, der immer wieder etwas dafür tut, statt tatenlos abzuwarten, ob das, was vorgestern getan wurde, endlich Wirkung hat. Das bedeutet in der Praxis: Werden Sie nicht müde, neue Kontakte zu knüpfen. Lassen Sie nicht nach, neue Kunden zu gewinnen. Machen Sie es sich zur Gewohnheit, keinen Tag ohne Akquisitionsblick verstreichen zu lassen. Jeder Tag steckt voller Potenzial und Chancen, Sie müssen sie nur sehen (wollen). Sorgen Sie dafür, dass Sie jeden Tag mindestens einmal den Vertriebs Erfolg von morgen und übermorgen auf die Schiene setzen.

Tipps für langfristigen Erfolg

Langfristigen Erfolg sichert sich nur derjenige, ...

- ... der jeden Tag etwas dafür tut.
- ... der sich nicht von seiner Firma gefangen nehmen lässt.
- ... der laufend dafür sorgt, dass die Vertriebsarbeit von allen anfallenden Aufgaben im Unternehmen die mit Abstand wichtigste ist (und bleibt).
- ... der sich deswegen auch nicht hinter all den anderen Aufgaben seines Unternehmens versteckt.
- ... der vielmehr seine Firma immer wieder weiterentwickelt und neu organisiert, wenn seine Vertriebszeit abzunehmen droht.

Hören Sie nicht auf, hieran zu arbeiten! ■



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.

Jetzt für den Jungmakler Award 2018 vormerken lassen!
www.jungmakler.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!



AssCompact
Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

„Unabhängiger und stärker kann ein Pool dann nicht mehr sein“

Interview mit Rolf Schünemann, Vorstandsvorsitzender, und Rainer M. Jacobus, Aufsichtsratsvorsitzender der BCA AG

Die BCA hat durch die Neugestaltung des Vorstands und die Neuordnung der Aktionärsstruktur aufhorchen lassen. Jetzt will der Maklerpool auf Wachstumskurs gehen und setzt dabei gleichermaßen auf bewährte und neue Strategien.

Herr Schünemann, Sie haben im August den Vorstandsvorsitz bei der BCA übernommen. Wegen Ihrer Vergangenheit in der Versicherungswirtschaft wird über einen Kurswechsel bei der BCA spekuliert. Was ist Ihre Antwort darauf?

Rolf Schünemann Falls Sie darauf hinaus wollen, dass mit einem Kurswechsel eine Vernachlässigung des Investmentbereichs einhergehen könnte, so kann ich dies ganz klar verneinen. Natürlich geht es darum, die vorhandenen Potenziale im Versicherungsbereich zu heben. Gleichzeitig ist die BCA-Gruppe

„Wir besitzen eine hohe Fachkompetenz, mit deren Hilfe wir unsere anspruchsvollen Wachstumsziele erreichen, uns technologisch kontinuierlich weiterentwickeln und unsere Vertriebsaktivitäten deutlich ausbauen werden.“

aber zweifellos einer der Marktführer im Investmentgeschäft, das Geschäftsfeld unserer Fondsvermögensverwaltung Private Investing wächst überproportional.

Wir besitzen eine hohe Fachkompetenz im Investmentbereich, mit deren Hilfe wir unsere anspruchsvollen Wachstumsziele erreichen, uns technologisch kontinuierlich weiterentwickeln und unsere Vertriebsaktivitäten deutlich ausbauen werden. Im Übrigen verliert die strikte Trennung von Versicherung und Investment spätestens seit dem Aufkommen der erdrückenden Niedrigzinsphase zunehmend an Bedeutung.

Zu der Neugestaltung des Vorstandes gesellt sich die Neuordnung der BCA-Aktionärsstruktur. Herr Jacobus, wie ist die Strategie der bisher fünf Versicherer, die hinter dem Maklerpool stehen?

Rainer M. Jacobus Zunächst einmal hat sich das Unternehmen in den letzten Jahren konsequent von unprofitablen Geschäftsbereichen getrennt. Diese Altlasten sind nun bereinigt, das Unternehmen verdient ordentlich Geld, ist schuldenfrei, hat Eigenmittel in der Größenordnung von rund 15% des Umsatzes und ist mit einer hervorragenden Liquidität ausgestattet. Der

Unternehmenswert wurde deutlich gesteigert und man ist investitionsfähig.

Das ist die Vergangenheit. Aber was ist nun mit der Strategie? Schließlich wurde ja angekündigt, dass neue Aktionäre nicht unerhebliche Aktienanteile kaufen sollen.

RMJ Das ist nicht nur Vergangenheit, das ist das strategische Fundament, und das ist sehr wichtig. Wir werden in den nächsten Monaten die Marktposition des Unternehmens deutlich stärken, indem wir weitere neue Aktionäre aufnehmen. Unabhängiger und wirtschaftlich stärker kann ein Pool meines Erachtens dann nicht mehr sein.

RS Das versetzt uns dann auch in die Lage, neben organischem Wachstum auch bei der kommenden Konsolidierung im Markt mitzumischen. Um die Möglichkeit von Investitionen in die IT, Workflows und herausragende Services für Makler auch in Zukunft sicherzustellen, ist Finanzstärke und Größe des Unternehmens unabdingbar. Im Rahmen der mit dem Aufsichtsrat abgestimmten Strategie richtet der Vorstand das Unternehmen auf einen entsprechenden Wachstumskurs aus. Denn nur Größe schafft die erforderlichen Freiräume und stärkt die Unabhängigkeit.

Der Wettbewerb unter den Pools wächst, jeder verfolgt dabei seine eigene Strategie. Warum sollte sich heute ein Makler entscheiden, mit der BCA zusammenzuarbeiten?

RS Zunächst natürlich wegen des hervorragenden Dienstleistungsangebots, seiner dahinterstehenden Technik und der marktgerechten Konditionen. Die Frage aller Fragen für die meisten unserer



Rolf Schünemann

Kunden ist jedoch in aller Regel die Sicherheit ihrer Bestände und damit ihrer Einnahmen. Die einzige Sicherheit, die es hier geben kann, ist, dass ein Unternehmen gar nicht erst in Schieflage gerät. Bereits zu meiner Zeit als Vorstand eines Versicherers zeichnete sich der Poolmarkt auf der einen Seite durch sinkende Margen aus. Auf der anderen Seite stiegen die Anforderungen und damit einhergehend die Investitionen. Auf diese Entwicklung zu reagieren, schaffen nur wirtschaftlich sehr stabile Unternehmen mit einem hohen Automatisierungsgrad in vielen Prozessen. Steigerungen im Gesamtumsatz sind in diesem Zusammenhang schön, sagen aber nichts über das Rohergebnis und die Entwicklung des so wichtigen Unternehmensgewinns aus.

RMJ Übrigens haben auch die Produktanbieter ein Interesse an wirtschaftlich starken Pools. Sollte es tatsächlich zu einer Pool-Insolvenz kommen, suchen Vermittler Kontakt zu den Versicherern, denen dann nichts anderes übrig bliebe, als an den zuständigen Insolvenzverwalter zu verweisen.

Bei der angesprochenen Aktionärsstruktur drängt sich die Frage auf, wann Vertriebservices auf die BCA verlagert werden?

RMJ Wenn man als Versicherer im Maklerservice Vollkostenrechnungen macht, drängen sich solche Überlegungen natürlich auf. Jedenfalls sind aus meiner Sicht die Zeiten endgültig vorbei, in denen wir auch bei Vertriebspartnern, die uns nur gelegentlich bedienen, jeden Antrag einzeln persönlich abholen, um es einmal bewusst überzeichnet darzustellen. Wir brauchen hier andere Distributionsmodelle und BCA spielt da bei meinen Überlegungen – als Vorstandsvorsitzender der IDEAL Versicherungen – perspektivisch eine wichtige Rolle.

Kann die BCA das überhaupt leisten, Herr Schünemann?

RS Wenn es darum geht, Vermittlern, deren Geschäft bei einzelnen Gesellschaften überschaubar und für die Direktanbindung zu marginal ist, eine Heimat zu bieten, so ist das sicher eine der Kernaufgaben eines Pools und durch

uns leistbar. In der Vergangenheit gab es gerade auch im Investmentbereich immer wieder Fälle, in denen sich Gesellschaften von einer größeren Anzahl Direktanbindungen trennten. Diese haben dann bei der BCA einen Heimathafen gefunden. Natürlich ist es für uns hochinteressant, solche Vorgänge zu professionalisieren und zu systematisieren. Es ist auf jeden Fall eine strategische Option, die wir weiter verfolgen.

Zum Vollsortiment der BCA gehört auch ein Haftungsdach, die Bank für Vermögen AG. Wie ordnen Sie das Unternehmen strategisch ein?

RS Die Bank für Vermögen ist fester Bestandteil der BCA-Erfolgsphilosophie. Das Regulierungskorsett für unabhängige Vermittler wird in den nächsten Jahren eher enger denn loser. IDD, MiFID, PRIIPS – die Stichworte genügen ja schon. Die Bank in unserer Gruppe wird hiervon zweifelsfrei profitieren. Nicht nur, weil Vermittler im Rahmen des Haftungsdoms zukünftig ihre Haftung verlagern werden, sondern auch, weil wir mit Private Investing bereits heute eine MiFID-II-konforme Fondsvermögensverwaltung anbieten. Die Berater erkennen sofort die Effizienzsteigerung gegenüber der klassischen Fondsberatung. Auch für unabhängige §32-KWG-Vermögensverwalter verändern sich die Voraussetzungen mit Inkrafttreten von MiFID II. In all diesen Bereichen sehe ich immense Chancen, für uns qualitätsbewusste Vermittler zu gewinnen.

Herr Jacobus, die BCA war einmal börsennotiert und hatte auch viele unabhängige Vermittler als Aktionäre. Können Sie sich vorstellen, das in irgendeiner Form wieder aufleben zu lassen?

RMJ Das ist wie mit der Koalitionsfrage in der Politik vor Wahlen: Ich bin gegen jede „Ausschließeritis“. Wer weiß, was in ein paar Jahren ist?

Klingt kryptisch, deshalb kommen wir besser zur realen Gegenwart zurück. Herr Schünemann: Wie ist denn nun nach fünf Monaten Ihr Eindruck von der BCA?

RS Mein erster Eindruck ist überaus positiv. Die Unternehmenskultur hat schnell dafür gesorgt, dass ich mich sehr wohl fühle. Natürlich gibt es, wie in jedem Unternehmen, Potenzial für relevante Verbesserungen. Ich bin sehr optimistisch, mit meinen beiden Vorstandskollegen, den engagierten Mitarbeitern sowie deren hoher Fachkompetenz in den einzelnen Bereichen unsere Marktposition deutlich auszubauen. ■



Rainer M. Jacobus

„Wir werden in den nächsten Monaten die Marktposition des Unternehmens deutlich stärken, indem wir weitere neue Aktionäre aufnehmen. Unabhängiger und wirtschaftlich stärker kann ein Pool meines Erachtens dann nicht mehr sein.“

Rainer M. Jacobus

Und plötzlich ist alles vorbei

Der Tod eines Angehörigen ist ein sehr trauriges Ereignis. Verstirbt ein Versicherungs- oder Finanzmakler, führt dies neben der familiären Tragödie oft auch zu dramatischen rechtlichen und finanziellen Konsequenzen. Ein paar wenige, gut geplante Vorsorgemaßnahmen, die diese verhindern könnten, stellt Andreas Grimm diesmal in der Bestandsmarktplatz-Serie dar.

Die wenigsten Makler machen sich darüber Gedanken, was mit ihrem Unternehmen passiert, sollten sie versterben. Dabei legt ein Blick auf die Sterblichkeitstafeln nahe, dass ein Makler sich mit diesem Thema auch in eigener Sache intensiver beschäftigen sollte.

Maklervereinbarung erlischt mit Tod des Maklers

Gerade Einzelunternehmer versäumen es oft, in ihrer Maklervereinbarung die Vererbbarkeit der Vertragsbeziehung zu regeln. So erlischt mit dem Tod des Maklers auch die Maklervereinbarung, und das Ende des Maklerunternehmens ist damit besiegelt. Hat der Makler mit verschiedenen Kunden im Laufe der Zeit unterschiedliche Maklervereinbarungen geschlossen und ist nicht vermerkt, mit welchem Kunden welche Version abgeschlossen wurde, muss der Vertragsstatus im Zweifel für jeden Kunden einzeln geprüft werden. Und da jeder Produktgeber seine eigenen Bedingungen darüber erstellt zu haben scheint, wie todesfallbedingte Bestandsübertragungen vollzogen werden, entsteht in einer solchen Situation sehr viel Unsicherheit. Und nicht zuletzt spielen sich emotionale und finanzielle Dramen ab, weil die Hinterbliebenen vor einem finanziellen Scherbenhaufen stehen, wenn Versicherer sich darauf berufen, dass mit dem Tod des Maklers die Vergütungsansprüche gegenüber ihnen erloschen seien.

Aber auch wenn die erbliche Situation klar zu sein scheint, kann es zu Problemen kommen. Besonders die genaue Vertragsgestaltung mit den einzelnen Produktgebern oder Pools wird zur Falle, wenn die Erben nicht über die notwendige Gewerbe-erlaubnis oder Sachkunde verfügen. Nicht selten endet ein Vergütungsanspruch eines Maklers mit Verlust der Gewerbe-erlaubnis des Maklerunternehmens. Hat ein Erbe keine solche vorzuweisen, hat er regelmäßig auch keinen Vergütungsanspruch. Zumindest das Streitpotenzial unter den Erben ist dann deutlich reduziert, weil es nicht mehr viel zu erben gibt. Es sei denn, Produktgeber und Pools stimmen einer „unbürokratischen“

courtagewirksamen Übertragung der Bestände an einen Erben, Käufer oder Nachfolger zu und schaffen das Problem auf dem „kleinen Dienstweg“ beiseite.

Sich auf ein solches Entgegenkommen zu verlassen, wäre dennoch fahrlässig, da neben knallharten wirtschaftlichen Interessen oftmals auch weitere Hindernisse auftauchen. So können Erben nicht davon ausgehen, dass sie personenbezogene Daten der geerbten Kunden einfach so einsehen und speichern dürfen. Unbeherrschbar und teilweise richtig hässlich wird es, wenn statt eines Erben eine ganze Erbengemeinschaft ins Spiel kommt und die einzelnen Mitglieder unterschiedliche Interessen durchsetzen wollen. Kleine Widersprüche entwickeln sich nicht selten zu einem unüberbrückbaren Streit, zur Blockade der Erbengemeinschaft bis hin zum Untergang des Maklerunternehmens.

Notlagenprävention zu Lebzeiten

Um dem vorzubeugen, hilft es eigentlich nur, zu Lebzeiten mit einem spezialisierten Dienstleister und einem Anwalt eine wirksame Notlagenprävention zu schaffen. Dabei geht es nur vordergründig um rein juristische Fragestellungen. Es geht um die persönliche und familiäre Lebensplanung, um die strategische Nachfolgeplanung und die treuhänderische Absicherung des Maklerunternehmens. Letzteres ist vor allem dann eine Alternative, wenn keiner der potenziellen Erben Erfahrung darin hat, wie in einer Notlage für ein Maklerunternehmen die Nachfolge zu angemessenen Konditionen geregelt werden kann. Sie denken, eine GmbH wäre eine echte Alternative? Seien Sie nicht zu optimistisch. Wenn es dumm läuft, ist mit dem Tod auch in diesem Fall schnell alles vorbei. Aber das ist ein anderes Thema. ■



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

» www.bestandsmarktplatz.de

» Facebook

AssCompact

Die Bundestagsfraktion von CDU/CSU will Run-offs in der Lebensversicherung zu einem Regulierungsthema machen.
<https://goo.gl/cBmV87>



Lebensversicherung

CDU/CSU will Ausverkauf von Beständen zu Regulierungsthema machen
 Die Diskussion um den Verkauf von Versicherungsverträgen insbesondere der Lebensversicherer hat für Unruhe in der Öffentlichkeit gesorgt. Die...

ASSCOMPACT.DE [Mehr dazu](#)

Gefällt mir Kommentieren Teilen

AssCompact

Die Deutschen nehmen zur Baufinanzierung so hohe Kredite auf wie nie zuvor, wie der Trendindikator Baufinanzierung von Dr. Klein zeigt.
<https://goo.gl/egvs1a>



Baufinanzierung: Kredithöhe steigt auf Rekordstand
 Dr. Klein hat den Trendindikator Baufinanzierung (DTB) für den Monat Oktober veröffentlicht. Die Deutschen nehmen für die Finanzierung der eigenen vier Wände demnach so viel Geld auf wie noch. Die Standardrate bleibt hingegen...

ASSCOMPACT.DE [Mehr dazu](#)

Gefällt mir Kommentieren Teilen

» News

Makler sollen Versicherer mit guter Schadenregulierung bevorzugen

Der VDVM kritisiert, dass einige Versicherer die Schadenregulierung in die Länge ziehen würden. Der Verband macht dabei einige Tendenzen aus, die sich vom Industrie- und Gewerbegebiet auch auf das Privatkundengeschäft übertragen lassen. Versicherungsmakler sollen deshalb ihre Kunden bei Abschluss über die jeweilige Qualität der Schadenregulierung aufklären.



» [...] Das sollte doch absolut selbstverständlich sein, denn NUR im Schadenfall zeigt sich die Qualität einer Versicherung! Ärgert eine Gesellschaft meine Kunden mehrfach, fliegt sie aus dem Angebot. Welche das sind, erfahren auch recht schnell meine Neukunden, damit sie verstehen, warum manche Anbieter nicht in der Auswahl stehen. [...]

Ganzheitliche Notfallorganisation – Richtig beraten

Viele Versicherungsvermittler befassen sich mit „ganzheitlicher Familienberatung“ oder „Generationenberatung“. Unabhängig davon, unter welchem Titel man dies macht, müssen rechtliche, organisatorische, medizinische und finanzielle Fragen einbezogen werden. Welche Art der Beratung dabei rechtens und sinnvoll ist, erklärt Rechtsanwalt Lutz Arnold LL.M., Anwaltskanzlei Arnold.



» [...] Medizinische Laien haben regelhaft Schwierigkeiten damit, konkrete Situationen und medizinische Maßnahmen zu beschreiben, die sie nie erlebt haben und auch kaum einschätzen können. Zu diesen Laien gehören in den meisten Fällen auch Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte. Erforderlich ist hier die Kompetenz von Fachärzten. [...]

» Veranstaltungskalender

06.12.2017

Zukunftsforum: Wie sieht die Zukunft der Finanzberatung aus?

Plansecur

Berlin

07.12.2017

Aufbauseminar: Verhandlungsführung in der Schadenregulierung

VersicherungsForum

Köln

24.–25.01.2018

17. FONDS professionell KONGRESS

FONDS professionell

Mannheim

08.02.2018

Vermittler-Kongress 2018

Jöhnke & Reichow Rechtsanwälte in Partnerschaft mbB

Hamburg

20.–21.02.2018

Zukunftsmarkt Altersvorsorge 2018

MCC – Management Center of Competence

Berlin

Ansehen unter
www.facebook.com/asscompact

Informieren und kommentieren
 unter www.asscompact.de

Weitere Veranstaltungen unter
www.asscompact.de/kalender



Digitale Dynamik bei der InsurTech-Konferenz „DIA Munich“

Die Versicherungswirtschaft diskutiert über ihre digitale Zukunft. Mitte November bot die „DIA Munich“ hierfür den passenden Rahmen und führte Branche, Start-ups und Investoren zusammen. Die Konferenz zeigte auch auf, in welchen Bereichen sich tendenziell die meisten InsurTechs gründen.

Trifft sich die Versicherungswirtschaft mit InsurTechs, muss der Rahmen ein besonderer sein. So auch bei der DIA Munich, die am 15. und 16.11.2017 in die Eisbach Studios in München eingeladen hatte. Dort finden normalerweise Filmaufnahmen, Stunts und große Parties statt. Zur DIA Munich zog es dagegen die InsurTech-Community. Über 1.000 Teilnehmer und mehr als 70 Aussteller aus über 40 Ländern kamen aus Neugierde, Kreativität und auch handfesten geschäftlichen Interessen. Veranstalter war das internationale Netzwerk Digital Insurance Agenda.

Die heutige Ausgangssituation von Versicherern, Investoren und Start-ups

Der Handlungsdruck für die Versicherer ist groß. In Zeiten der Zinsflaute sind die Belastungen durch schwindende Kapitalerträge und Zinszusatzreserven für die Lebensversicherungsbestände enorm. Die sich nur zögerlich – oder gar nicht – einstellende Rentabilität auf der Kompositseite führt zwangsläufig zu dem seit zwei Jahrzehnten strapazierten Kostenthema zurück. Bietet Digitalisierung hier den Königsweg?

Für Investoren liegen die Dinge durchaus ähnlich. Attraktive Anlageoptionen mit kalkulierbaren Risiken werden infolge des weltweit kritischen Zinsniveaus rar. Da werden die zahlrei-

chen jungen Start-ups – seien es Enabler, digitale Broker oder gar Versicherer – mit höchstem Interesse verfolgt. Gerade im Seeding und Early Stage bis Series A ist das Interesse massiv und die Chancen auf ein investives Schnäppchen vermeintlich am größten.

Last, but not least die Start-ups: Einerseits sind sie auf der Suche nach Anschlussinvestoren und faktischer Unterstützung beispielsweise bei aktuariellen Fachthemen, Regulierung oder Produktentwicklung. Andererseits bieten Veranstaltungen wie die DIA den perfekten Rahmen für die Ansprache potenzieller Kunden und Interessenten. Zudem brauchen Start-ups die mediale Präsenz einer solchen Konferenz, da diese für Start-ups beinahe überlebenswichtig ist.

So weit das Ausgangsszenario. Doch welche Tendenzen waren nun auf der DIA zu beobachten? Was scheint innovativ, was überraschend? Und wo ist leise Skepsis angesagt?

Die richtige Komposition

Zunächst muss man festhalten, dass der organisatorische Rahmen und die

Der Handlungsdruck bei den Versicherern ist groß: Die Belastungen in der Lebensversicherung sind enorm, in Komposit fehlt die Rentabilität. Kosten rücken in den Fokus. Ist Digitalisierung der Königsweg?

sorgsam komponierte Zusammenstellung der präsentierenden Start-ups und Persönlichkeiten der Veranstaltung sehr gut taten. Den Veranstaltern Roger Peverelli und Reggy de Feniks – in Deutschland ergänzt um den erfahrenen Branchenexperten Walter Capellmann – ist das Kunststück gelungen, junge Start-ups mit innovativen Ideen zu präsentieren und gleichzeitig die spannenden internationalen Branchenpioniere wie den Lemonade-Gründer Daniel Schreiber oder den digitalen Spiritus Rector der Deutschen Bank, Markus Pertlwieser, als Keynote-Speaker nach München zu holen.

Gerade dieser Mix aus erfrischenden jungen Digital Natives in der Startphase ihrer Unternehmen und den erfahrenen und erfolgreichen Gründern mit internationalem Horizont bildete einen spannenden Kontrast und Anregung für zahlreiche vertiefende Gespräche während und nach der Veranstaltung.

Geschäftsmodelle zielen mittlerweile auf andere Bereiche ab

Auffällig auf der DIA Munich war sicherlich die starke Präsenz von Start-ups aus dem Lebens- und Krankenversicherungsbereich sowie von Data Use bzw. Data Management. Konzentrierten sich die Gründungen der letzten zwei bis drei Jahre eher auf Kompositthemen, Schaden-Apps, digitale Vertriebsangebote und Kundenschnittstellen, so konnte man auf der DIA Munich einige interessante Anbieter mit Schwerpunkt Gesundheitsvorsorge entdecken.

SkinVision etwa bietet mit Blick auf Krebserkrankungen die Überprüfung verdächtiger Hautstellen per Handy-Scan mit „AI-Expertise“ in Sekunden-schnelle: Grün verheißt innere Ruhe und Entspannung, Rot bedeutet ein Problem. Das gescannte Bild wird zeitgleich an ein dermatologisches Expertennetz weitergeleitet und nach 24 Stunden ist ein weiterführender Befund da. Interessant ist auch das japanische Start-up Allm Shaping Healthcare, das Kommunikationsplattformen und Apps für den Gesundheitsbereich entwickelt, um beispielsweise in einem Notfall eine lückenlose und durchgängige Dokumentation zu erhalten: Vermerkt und

verknüpft werden relevante Geschehnisse, Befunde und Patientendaten. Das junge Schweizer InsurTech Dacadoo wiederum ermöglicht es Kunden über eine Onlineplattform, den eigenen Gesundheitsindex auf einer Scala von 1 bis 1.000 laufend zu messen, aufgrund verschiedener Daten zu bewerten und Verhaltensänderungen vorzunehmen.

Die deutsche InsurTech-Szene mit ihren Gründern

Und die deutsche InsurTech-Szene? Vertreten war nicht die komplette Bandbreite an spannenden, sich gerade evolutionär entwickelnden Jungunternehmern, aber wesentliche Protagonisten konnte man auf und neben der Bühne erleben:

Julian Teicke, Gründer von Wefox und One, war ebenso präsent wie OptioPay-Gründer Oliver Oster, Kasko-Chef Nick

Sühr, Felix Anthonj von Flexperto oder auch Hanno Pingsmann mit seinem neuesten Start-up Cyberprotect. Interessant auch die Auftritte des MunichRe-befeuerten Getsafe-Gründers Christian Wiens und des digitalen ottonova-Herausforderers und WERK1-Residenten Karlsson (WERK 1 ist ein Arbeitsplatz-Campus für Start-ups in München).

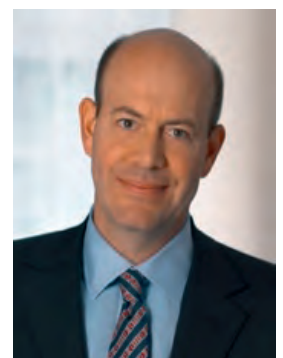
Alle beobachten im Augenblick insbesondere die Entwicklung der jüngsten digitalen Versicherer, die den Sprung in den Haifischteich gewagt haben.

Alle beobachten im Augenblick insbesondere die Entwicklung der jüngsten digitalen Versicherer, die – teils mit eigener Lizenz, teils als Assekuradeure – den Sprung in den Haifischteich gewagt haben und nun beweisen müssen, dass sie den Kampf gegen hohe Kundenakquisitionskosten, geringe Kundenbindung und Old Economy gewinnen können.

Die Prognosen sind schwer zu treffen – wünschen kann man es allen dieser jungen, kreativen und abenteuerlustigen Unternehmer. Schon alleine, um sich 2018 auf der nächsten DIA wiederzusehen. ■

Von Dr. Moritz Finkelburg, LL.M.

Dr. Moritz Finkelburg verfügt über langjährige Managementenerfahrung in der Versicherungsbranche. Als Leiter der Insurance Practice der Goethe Business School Frankfurt kommentiert er die Entwicklung der digitalen Szene in zahlreichen Medien. Die Goethe Business School bietet seit September 2017 einen MBA in Digital Transformation an.





Urteile **kurz & knapp** zusammengefasst

◆ Schadenersatz wegen Zündens eines Knallkörpers auf einer Fußballtribüne

Zündet ein Fan einen Knallkörper auf einer Fußballtribüne, so ist er dem Verein gegenüber zu Schadenersatz verpflichtet. Im verhandelten Fall wurde dem Verein wegen dieses und anderer eine Verbandsstrafe auferlegt. Die Höhe des Schadenersatzes, den der Fan zahlen muss, bemisst sich danach, in welchem Maße sich die Pflichtverletzung in der konkret gegen den Verein verhängten Strafe niedergeschlagen hat. Dieses Maß ergibt sich aus dem Verhältnis seiner Strafe zur Summe der angesetzten Einzelstrafen in der Verbandsstrafe.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 09.11.2017,
Az.: VII ZR 62/17

◆ Unfall beim Abschleppen: Wer zahlt?

Passiert ein Unfall während eines Abschleppvorgangs, muss die Versicherung dann nicht für den Schaden aufkommen, wenn der Versicherungsvertrag eine Klausel enthält, die besagt, dass ein Zusammenstoß zwischen dem ziehenden und dem abgeschleppten Fahrzeug nicht reguliert wird. Ein Unfall ist in diesem Fall nur dann versichert, wenn er mit Einwirkung von außen erfolgt. Grundsätzlich muss die Versicherung beweisen, dass die Ausschlussklausel zutrifft.

Oberlandesgericht München, Urteil vom 24.03.2017,
Az.: 10 U 3749/16

◆ Einreichen der Steuererklärung beim unzuständigen Finanzamt zulässig

Im Gesetz ist nicht festgelegt, bei welchem Finanzamt man seine Steuererklärung abgeben muss. Das Finanzamt kann sich nicht als unzuständig erklären. Auch der Einwurf der Erklärung außerhalb der Bürozeiten geht nicht zulasten der Steuerpflichtigen, da dem generellen Empfangs- und Zugangswillen der Institution Folge geleistet werden muss.

Finanzgericht Köln, Urteile vom 23.05.2017,
Az.: 1 K 1637/14 und 1 K 1638/14; Revision anhängig

◆ Kostenerstattung für künstliche Befruchtung auch für Unverheiratete

Die Leistung für künstliche Befruchtung der privaten Krankenversicherung darf nicht auf Verheiratete begrenzt sein. Ein Verweis auf die gesetzliche Krankenversicherung ist nicht zulässig; Der private Krankenversicherer verfolgt ausschließlich wirtschaftliche Interessen. Vor diesem Hintergrund ist es willkürlich, zwischen verheirateten und unverheirateten Versicherten mit Kinderwunsch zu unterscheiden. Die Vertragsbestimmungen sind damit unwirksam.

Oberlandesgericht Karlsruhe, Urteil vom 13.10.2017,
Az.: 12 U 107/17, Revision zugelassen

◆ Kündigung eines Versicherungsvertrages per Fax ist rechtsgültig

Eine per Fax ausgesprochene Kündigung eines Versicherungsvertrages ist in der Regel auch dann gültig, wenn sie nicht unterschrieben wurde. Sie genügt dem Schrifterfordernis des § 127 BGB allerdings nur dann, wenn der Aussteller und der zum Ausdruck kommende Wille hinreichend sicher zum Ausdruck kommen. In dem entschiedenen Fall wies das Fax den vollständigen Namen sowie die Anschrift des Versicherten auf. Er hatte außerdem die Art der Verträge sowie deren Versicherungsscheinnummern genannt und die erteilten Einzugsermächtigungen widerrufen.

Amtsgericht Hamburg, Urteil vom 22.09.2017,
Az.: 12 C 92/16

◆ Wiedereinstellungsanspruch in Kleinbetrieben

Ein Wiedereinstellungsanspruch kann nur Arbeitnehmern zustehen, die beim Zugang der Kündigung Kündigungsschutz nach dem Kündigungsschutzgesetz genießen. In Kleinbetrieben besteht ein solcher Schutz nicht. Im Einzelfall kann sich in Kleinbetrieben ausnahmsweise ein Wiedereinstellungsanspruch aus § 242 BGB ergeben. Dieser kann jedoch nur gegenüber dem ursprünglichen Arbeitgeber verfolgt werden, nicht gegenüber einem neuen Inhaber des Kleinbetriebs.

Bundesarbeitsgericht, Urteil vom 19.10.2017,
Az.: 8 AZR 845/15



FROHE WEIHNACHTEN.

Freuen Sie sich mit uns auf
das Jahr 2018. Es erwarten Sie
neue und spannende Themen.

Weitere Informationen unter:
zurich-leben.de



**ZURICH VERSICHERUNG.
FÜR ALLE, DIE IHR UNTERNEHMEN
WIRKLICH LIEBEN.**


ZURICH®

Unfallversicherung: Kündigungsrecht beginnt mit erster Leistung

(ac) Eine Regelung in den allgemeinen Unfallversicherungsbedingungen besagt, dass der Vertrag durch den Versicherer oder den Versicherungsnehmer gekündigt werden kann, wenn der Versicherer eine Leistung erbracht hat. Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofes ist damit die erste Leistung gemeint. Im vorliegenden Fall nimmt der Kläger die Unfallversicherung auf Leistungen wegen zweier Unfälle seiner mitversicherten Ehefrau in Anspruch. Am 23.04.2008 erlitt sie bei einem Sturz eine Schenkelhalsfraktur. Die Versicherung zahlte und kündigte zum 13.08.2009 den Vertrag. Im Oktober 2009 sowie im März 2010 verunfallte die Frau erneut.

Kündigungsrecht nach jeder weiteren Leistung nicht ersichtlich

Der BGH ist der Auffassung, dass dem Kläger Ansprüche aus dem Unfall von Oktober 2009 zustünden. Die Versicherung habe zu diesem Zeitpunkt noch bestanden. Die Kündigung sei nicht wirksam, da die Kündigungsfrist von einem Monat nicht gewahrt sei. Diese habe mit der Leistung des Krankenhaustagegeldes am 09.07.2009 begonnen. Das Kündigungsrecht entstehe laut den AUB 2000, wenn der Versicherer eine von mehreren unfallbedingt geschuldeten Leistungen oder eine dem Grund und der Höhe nach festgestellte Teilleistung erbracht habe. Der durchschnittliche Versicherungsnehmer könne der Klausel nicht entnehmen, dass dem Versicherer nach jeder weiteren Leistung ein neues, selbstständiges Kündigungsrecht zustehen solle.

BGH, Urteil vom 18.10.2017, Az.: IV ZR 188/16

Rechtsschutzversicherer verweigert Leistung aufgrund Fristversäumnis

(ac) Versäumt ein Versicherungsnehmer ohne sein Verschulden eine Frist, so ist die Pflicht zur Leistung für den Rechtsschutzversicherer nicht entfallen. Nach Ansicht des Bundesgerichtshofs (BGH) läuft nach einem entschuldbaren Fristversäumnis keine neue Frist an. Der Versicherungsnehmer muss seinen Anspruch auf Rechtskostenübernahme dann jedoch unverzüglich, also ohne schuldhaftes Zögern, geltend machen. Auf Kostendeckung aus einer Unternehmensrechtsschutzversicherung für ein sozialgerichtliches Verfahren geklagt hatte eine Versicherungsnehmerin. Der Versicherer begründete die Verweigerung der Leistung damit, dass der Rechtsschutzfall lange nach Beendigung des Versicherungsvertrags eingetreten sei. Zudem habe die Klägerin die Ausschlussfrist versäumt. Der BGH als Revisionsinstanz wies die Klage ab. Der Versicherer kann sich nur auf ein Fristversäumnis der Versicherungsnehmerin berufen, wenn diese daran ein Verschulden treffe. Weiterhin sei der Rechtsschutzfall in versicherter Zeit eingetreten.

BGH, Urteil vom 27.09.2017, Az.: IV ZR 385/15

Wertungen in der Gliedertaxe auch für nicht aufgeführte Körperteile heranziehbar

(ac) Der Bundesgerichtshof hat entschieden, dass die Wertungen der Invalidität in der Gliedertaxe auch für Körperteile, die dort nicht aufgeführt werden, herangezogen werden können. Im vorliegenden Fall ging es um einen Unfall, der eine Schädigung in der Halswirbelsäule verursachte. Diese wirkte sich auf die Schulter und die Funktionsfähigkeit des Armes aus. Nach der hier maßgeblichen Fassung der Gliedertaxe in den Unfallversicherungsbedingungen können Beeinträchtigungen des Schultergürtels nicht mehr unmittelbar nach dem Armwert der Gliedertaxe eingestuft werden. Der BGH entschied jedoch, dass dies den Tatrichter nicht daran hindert, in einem solchen Fall die Wertungen der Gliedertaxe in deren entsprechender Anwendung heranzuziehen, um Wertungswidersprüche zu den pauschalierten Invaliditätsgraden der Gliedertaxe zu vermeiden.

BGH, Urteil vom 27.09.2017, Az.: IV ZR 511/15



Beeinträchtigungen der Schulter sind nicht mehr nach dem Armwert eingestuft.

Zahlungen in schweizerische Pensionskasse teilweise steuerfrei?

(ac) Zahlt ein Arbeitgeber wegen eines vorzeitigen Ruhestands für seinen Arbeitnehmer in eine schweizerische Pensionskasse ein, dann kann diese teilweise steuerfrei sein. Dies hat der Bundesfinanzhof entschieden. Im konkreten Fall ging es um die Steuerpflichtigkeit von Spezialeinlagen, die ein Arbeitgeber in die Pensionskasse eingezahlt hatte, um die Rentenminderung auszugleichen. Der BFH entschied, dass diese gemäß § 3 Nr. 28 EStG in diesem Fall zur Hälfte steuerfrei sind. Voraussetzung ist allerdings, dass die Zahlungen in das Obligatorium der Pensionskasse geleistet werden. Weiterhin hat der BFH festgelegt, dass eine solche Spezialanlage – sollte sie nicht gemäß § 3 Nr. 28 EStG steuerfrei sein – dann gemäß § 34 i. V. m. § 24 Nr. 1 Buchst. a EStG ermäßigt besteuert werden kann.

Grenzgängerabkommen: Deutschland hat Besteuerungsrecht für Arbeitseinkünfte

Bei den Klägern handelt es sich um sogenannte Grenzgänger zwischen Deutschland und der

Schweiz, die in Deutschland wohnen und in der Schweiz arbeiteten. Sie waren in ihrer Einkommensteuererklärung davon ausgegangen, dass die Altersrente, die Alterszusatzrente und die Überbrückungsrente als Leibrenten nach Anwendung der Öffnungsklausel (38,60%) steuerpflichtig seien. Die Spezialeinlagen des Arbeitgebers in die Pensionskasse setzten sie nicht an. Demgegenüber vertrat das beklagte Finanzamt die Auffassung, die Spezialeinlagen seien steuerpflichtige Lohnzuwendungen, für die die Steuerermäßigung nach § 34 des Einkommensteuergesetzes zu gewähren sei und die dem Grunde nach als Sonderausgaben abziehbar seien. Laut dem Abkommen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Schweizerischen Eidgenossenschaft zur Vermeidung der Doppelbesteuerung auf dem Gebiete der Steuern vom Einkommen und vom Vermögen hat Deutschland das Besteuerungsrecht für die laufenden Arbeitseinkünfte der Kläger. Gleiches gilt für die beiden Spezialeinlagen.

BFH, Urteil vom 17.05.2017, Az.: X R 10/15

Anzeige

TAGESAKTUELL

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



» AssCompact Newsletter

bringt die Neuigkeiten der Branche direkt auf Ihren Bildschirm.



» www.asscompact.de

versorgt Sie mit aktuellen Meldungen, Terminen und Jobangeboten.



» AssCompact TV

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

2. PLATZ

Wochenkontakt 39%
Online, 2-7 x pro Woche

in der Zielgruppe Versicherungs-
und Finanzmakler

HOHE
REICHWEITE

09/2016 YouGov
www.yougov.de

3. PLATZ

bei 25% im Relevant Set
Online

in der Zielgruppe Versicherungs-
und Finanzmakler

HOHE
RELEVANZ

09/2016 YouGov
www.yougov.de

» Nutzen Sie dieses praxisorientierte Informationsangebot für Ihren Erfolg!

Sie finden uns auch bei:



AssCompact

Muss die Wohngebäudeversicherung Kosten für Baumfällung übernehmen?

(ac) Ob eine Wohngebäudeversicherung dafür aufkommen muss, wenn ein Baum in Folge eines Sturms gefällt werden muss, hängt vom Wortlaut der Versicherungsbedingungen ab. Im vorliegenden Fall drohte der Baum auf das Haus der Klägerin zu fallen. Die Kosten für die Baumfällung und die Gebühren für einen Bescheid der Lokalbaukommission der Stadt verlangte die Klägerin von ihrer Wohngebäudeversicherung ersetzt. Das Amtsgericht München wies die Klage ab. Ein Versicherungsfall sei laut dem Gericht nach dem Wortlaut der Versicherungsvereinbarung noch nicht eingetreten, da der gefällte Baum weder vollständig umgestürzt war noch das versicherte Gebäude beschädigt hat. Schäden seien nach dem Wortlaut der Versicherungsbedingungen ersatzfähig, wenn sie dadurch „entstehen, dass der Sturm (...) Bäume (...) auf versicherte Sachen wirft“.

Umstürzen des Baumes auch ohne Sturm wahrscheinlich

Grundsätzlich sind nach den Versicherungsbedingungen auch Maßnahmen zu ersetzen, die der Versicherungsnehmer zur Abwendung eines unmittelbar drohenden versicherten Schadens oder Minderung des Schadens für sachgerecht halten durfte. Von einem unmittelbar bevorstehenden Versicherungsfall, in dem Fall einem Umsturz gerade und nur durch einen neuen Sturm, könne jedoch laut dem Urteil nicht ausgegangen werden. Aufgrund der Einschätzung der Lokalbaukommission sei sofortiger Handlungsbedarf gegeben gewesen, sodass ebenso gut ein Umstürzen des Baumes aufgrund der eigenen Schwerkraft oder anderer Umwelteinflüsse im Raum stand. Diese sind jedoch nicht versichert. Dass sich der Baum bereits gute zwei Monate in Schwebelage über dem Haus der Klägerin befand, sei kein hinreichendes Argument gegen einen zu erwartenden Umsturz etwa aus eigener Schwerkraft.

AG München, Urteil vom 06.04.2017, Az.: 155 C 510/17; rechtskräftig



Grundsätzlich übernimmt die Versicherung auch Maßnahmen zur Abwendung oder Minderung eines Schadens.

Erbe verschenkt: Sind Dritte zur Herausgabe verpflichtet?

(ac) Verschenkt der überlebende Ehegatte Vermögensgegenstände an eine Person, die nicht im gemeinsamen Testament als Erbe aufgeführt ist, so kann diese nach dem Tod des Schenkers dazu verpflichtet sein, die Dinge an den Erben herauszugeben. Dies allerdings nur, wenn der Erblasser zu Lebzeiten kein aner kennenswertes Eigeninteresse an der Zuwendung hatte. Der Kläger ist im gemeinschaftlichen Testament seiner Eltern als Schlusserbe des längstlebenden Ehegatten eingesetzt. Nach dem Tode der Mutter lernte der Vater die Beklagte kennen, mit der er dann zusammenlebte. In der Folgezeit übertrug der Vater der Beklagten verschiedene Vermögensgegenstände. Im Rechtsstreit hat der Kläger deren Herausgabe verlangt und gemeint, die Zuwendungen würden sein Erbteil beeinträchtigen.

Schenkung als Altersvorsorge: Reicht das als Eigeninteresse?

Die Klage hatte Erfolg. Die Schenkungen hätten die Erberwartung des Klägers beeinträchtigt und seien nicht durch ein aner kennenswertes lebzeitiges Eigeninteresse des Vaters veranlasst gewesen. Die Erbeinsetzung beruhe auf einer wechselbezüglichen Verfügung beider Ehegatten, an die der Überlebende nach dem Tode des erstversterbenden Ehegatten gebunden sei. Die Zuwendungen habe die Beklagte als Schenkungen erhalten. Der Schenker könne zwar ein Eigeninteresse daran gehabt haben, weil er damit seine Altersvorsorge und Pflege sichern wolle. Dass sie als Gegenleistung für Pflegeleistungen vertraglich vereinbart gewesen seien, habe die Beklagte nicht schlüssig vorgetragen. Außerdem liege eine Benachteiligungsabsicht vor, selbst wenn die Beeinträchtigung des Erben nicht das leitende Motiv für die Schenkung war. Es genüge vielmehr, dass der Erblasser wisse, dass er durch die Schenkung das Erbe schmälere.

OLG Hamm, Urteil vom 12.09.2017, Az.: 10 U 75/16

Stehlgutlistenobliegenheit in Hausratversicherungsbedingungen

(ac) Die in den Versicherungsbedingungen enthaltene sogenannte Stehlgutlistenobliegenheit benachteiligt den Versicherungsnehmer nicht unangemessen und ist daher wirksam. Nach Eintritt des Versicherungsfalles muss der Versicherte beim Versicherer und der Polizei unverzüglich eine Liste der abhanden gekommenen Sachen einreichen. Das Oberlandesgericht (OLG) Köln verneint einen Unterlassungsanspruch eines Vereins, der für die Rechte der Versicherten eintritt, gegen die Beklagte Versicherungsgesellschaft. Der Verein wendet sich mit seiner Klage gegen die Verwendung folgender Regelung in den allgemeinen Hausratversicherungsbedingungen der Beklagten: „Der Versicherungsnehmer hat bei und nach Eintritt des Versicherungsfalles dem Versicherer und der Polizei unverzüglich ein Verzeichnis aller abhanden gekommenen Sachen (Stehlgutliste) einzureichen.“

Transparenzgebot des GDV gewahrt

Die Klausel ist konform mit den Klausulempfehlungen des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV). Der Kläger macht unter Berufung auf das Transparenzgebot geltend, dass die Klausel mangels Klarheit und Verständlichkeit unwirksam sei. Das Gericht wies die Berufung des Klägers zurück. Das Transparenzgebot gemäß § 307 Abs. 1 S. 1 und 2 BGB sei gewahrt. Laut dem OLG Köln bestehen zudem keinerlei AGB-rechtliche Bedenken. Das Verständnis eines durchschnittlichen Versicherungsnehmers ermöglicht die Erkenntnis, dass für die Stehlgutliste höhere Anforderungen aufgrund besonders werthaltiger und individueller Gegenstände bestehen, auch wenn die Klausel nicht spezifisch Inhalt und Form der Liste vorgibt.

OLG Köln, Urteil vom 15.08.2017, Az.: 9 U 12/17

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
Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

Resultate
Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH

DER BESTANDSMARKTPLATZ
Und Ihre Zukunft hat Bestand.

Bedingungsvielfalt und neue Klauseln in der D&O-Versicherung

Wie kaum ein anderes Produkt ist die D&O-Versicherung durch eine ständige Fortentwicklung der Bedingungen gekennzeichnet. Ihr Deckungsumfang wurde in den letzten Jahren stark erweitert. Welche Rechtsfragen mit der Entwicklung neuer Klauseln auftreten, zeigt sich oft erst im Schadenfall.

Die D&O-Versicherung, also die Vermögensschadenhaftpflichtversicherung von Organen und leitenden Angestellten, hat in den vergangenen Jahren kontinuierlich an Bekanntheit und Bedeutung gewonnen. Seit der Einführung dieser Versicherung in Deutschland in den 1990er-Jahren hat sich nicht nur schadenseitig viel getan. Wie kaum ein anderes Produkt ist die D&O-Versicherung durch eine ständige Fortentwicklung der Bedingungen gekennzeichnet. Ihr Deckungsumfang wurde in den letzten Jahren sowohl in zeitlicher als auch in sachlicher Hinsicht stark er-

Die Abgrenzung zwischen Versicherungsverträgen einzelner Jahre wird noch komplexer, wenn an einem gelayerten Versicherungsprogramm mehrere Versicherer beteiligt sind und über die Jahre ausscheiden.

weitert. Dies klingt aus Sicht der Versicherungsnehmer erst einmal positiv. Wenn es da nicht das eine oder andere „aber“ gäbe. Mit der Entwicklung neuer Klauseln sind naturgemäß auch Risiken verbunden. Vielfach zeigt sich erst im Schadenfall, wie gut die eine oder andere neue innovative Klausel funktioniert und welche Rechtsfragen sie aufwirft.

Ein Dauerbrenner in aktuellen Diskussionen ist die Vielzahl der Deckungserweiterungen (z. B. Klauseln zur Ausweitung der Rechtsschutzelemente, Organisationsrechtsschutz, Eigenschaftendeckungen). Kritiker betonen, dass die D&O-Versicherung zu einem „Rundum-sorglos-Paket“ geworden und es an der Zeit ist, die Uhr zurückzudrehen. Um die langen Kataloge von zusätzlichen Deckungsbausteinen, die sich in den letzten Jahren in die Bedingungen „eingeschlichen“ haben, soll es im nachfolgenden Beitrag nicht gehen. Im Fokus stehen andere Regelungen, die es sich lohnt, ebenfalls zu hinterfragen.

Zeitlicher Umfang und Subsidiarität

Eine Besonderheit der D&O-Versicherung ist das sogenannte „Claims-made-Prinzip“, also der Eintritt des Versicherungsfalls durch die Anspruchserhebung. Mit anderen Worten kommt eine Deckung von vornherein nur dann in Betracht, wenn die Inanspruchnahme der versicherten Person auf Schadenersatz während der Vertragsdauer oder innerhalb einer etwaig vereinbarten Nachmeldefrist erfolgt. Die Nachmeldefristen, die naturgemäß eine Deckungserweiterung darstellen, betragen früher standardmäßig zwischen ein und drei Jahren. Vielfach wurde zudem geregelt, dass eine Nachmeldefrist unter anderem im Fall einer Anschlussdeckung nicht entstehen sollte. Heute sind Nachmeldefristen von bis zu zehn Jahren keine Seltenheit mehr, die nur in Fällen von zum Beispiel Prämienverzug, Übernahme der Versicherungsnehmerin oder Verschmelzung nicht entstehen sollen. Dies führt bei der Umdeckung eines D&O-Versicherungsvertrags von einem auf den anderen Versicherer vielfach zu Subsidiaritätsfragen.

Die Abgrenzung zwischen den Versicherungsverträgen einzelner Jahre wird dann noch komplexer, wenn an einem gelayerten Versicherungsprogramm mehrere Versicherer beteiligt sind und über die Jahre hinweg Versicherer ausscheiden oder ihre Beteiligungen innerhalb der einzelnen Layer ändern. Hier sind Makler und Versicherer bei der Bedingungsgestaltung gleichermaßen gefordert. Unabhängig hiervon ist eine Rückbesinnung auf den ursprünglichen Zweck der Nachmeldefristen und eine zeitliche Eindämmung solcher Fristen wünschenswert. Alles andere läuft dem Geist des Claims-made-Prinzips zuwider.



Von Dr. Tanja Schramm,
Partner bei Clyde & Co (Deutschland) LLP

Abwehrdeckung und Anwaltswahl

Von der D&O-Versicherung sind – wie von jeder Haftpflichtversicherung – die Abwehr unbegründeter Schadenersatzansprüche und die Freistellung von begründeten Ansprüchen umfasst. In Bezug auf die Anspruchsabwehr war früher vielfach geregelt, dass sich die versicherten Personen bei der Auswahl des Rechtsanwalts mit dem Versicherer abzustimmen hatten. Seit vielen Jahren sind solche Klauseln Regelungen gewichen, wonach der versicherten Person ein freies Anwaltswahlrecht und dem D&O-Versicherer nur in Einzelfällen ein Widerspruchsrecht zusteht. Die freie Anwaltswahl liegt nicht immer im Interesse der versicherten Personen. Denn sie können vielfach nur schwer einschätzen, welcher Rechtsanwalt bzw. welche Kanzlei langjährige Erfahrungen im Bereich der Managerhaftung hat und damit geeignet ist, sie bei der Anspruchsabwehr zu unterstützen. Die Vorschläge von D&O-Versicherern zur Anwaltswahl sind regelmäßig wertvoll und ein in den Bedingungen verankertes Mitspracherecht des Versicherers hat seine Daseinsberechtigung.

Ausschluss wegen wissentlicher Pflichtverletzungen

Der Katalog der Deckungsausschlüsse ist in den letzten Jahren stark geschrumpft. Einen Standardausschluss stellt nach wie vor der Ausschluss wegen wissentlicher Pflichtverletzungen dar. Im Zusammenhang mit diesem Ausschluss ist regelmäßig bestimmt, dass der D&O-Versicherer Abwehrkosten zu erstatten hat, solange die wissentliche Pflichtverletzung nicht feststeht. Früher war damit ein Rückforderungsrecht des Versicherers in dem Fall des Feststehens einer wissentlichen Pflichtverletzung verbunden.

Aktuell enthalten viele D&O-Wordings einen Verzicht auf die Rückforderung der Abwehrkosten. Dies ist nicht interessengerecht. Soll ein Manager im Fall einer wissentlichen Pflichtverletzung tatsächlich privilegiert sein und die Versicherungssumme zulasten anderer versicherter Personen dauerhaft abschmelzen? Es sollte bei dem früher regelmäßig vereinbarten Rück-

forderungsrecht des D&O-Versicherers bleiben. Die Frage, wie werthaltig ein Rückforderungsanspruch ist, steht auf einem anderen Blatt und kann letztlich nur im Einzelfall beantwortet werden.

BGH-Urteil zum Verwenderbegriff: Wer haftet?

In einigen D&O-Wordings finden sich Klauseln, wonach der Versicherer als Verwender der Bedingungen gelten soll und Zweifel bei der Auslegung zu seinen Lasten gehen. Hintergrund solcher Regelungen sind oft Bedingungswerke, die von Maklern entworfen wurden. Einige große Maklerhäuser arbeiten mit selbst entworfenen Klauseln oder auch ganzen D&O-Wordings, die in die Versicherungsverträge einbezogen werden. Dies führt zu der Frage, wer für die Angemessenheit und Wirksamkeit solcher Bedingungen die Verantwortung trägt: der Versicherer, der Makler oder gar beide?

Mit dieser Thematik hatte sich der Bundesgerichtshof bereits vor einigen Jahren befasst. Der BGH betonte in einer Entscheidung vom 22.09.2009, dass der Makler treuhänderischer Sachwalter des Versicherungsnehmers ist und der beklagte D&O-Versicherer folgerichtig nicht Verwender der auf Veranlassung des Maklers in den Vertrag einbezogenen Bedingungen war. Die Maklerbedingungen konnten damit auch nicht zulasten des D&O-Versicherers der AGB-Kontrolle anhand der §§ 305 ff. BGB unterzogen werden. Hieran ändert auch eine Klausel nichts, wonach der Versicherer als Verwender der Bedingungen anzusehen ist. Solche Regelungen sind rechtlich regelmäßig unwirksam.

Gesteigertes Haftungsrisiko für Makler

Soweit ersichtlich, hatte das Urteil des Bundesgerichtshofs bislang keine großen Auswirkungen auf die Marktpraxis. In viele Versicherungsverträge werden weiterhin entweder ganze Bedingungswerke oder einzelne Klauseln einbezogen, die aus der Feder von Maklerhäusern stammen. Hiermit ist ein gesteigertes Haftungsrisiko für Makler verbunden. Klauseln, wonach der Versicherer als Verwender anzusehen ist, sollten konsequenterweise gestrichen werden.

Die Liste zu den Klauseln, die bei der Bedingungsgestaltung hinterfragt werden sollten, ließe sich leicht erweitern. Es bleibt abzuwarten, ob sich der Trend zu immer neuen Deckungserweiterungen fortsetzt oder an der einen oder anderen Stelle vielleicht doch zu älteren Regelungen zurückgekehrt wird. ■





Betriebsrentenstärkungsgesetz – Fluch oder Segen für den bAV-Vertrieb?

Das Betriebsrentenstärkungsgesetz (BRSg) tritt 2018 in Kraft. Das Ziel: Die bAV soll weiter verbreitet werden, besonders in kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie bei Geringverdienern. Um das zu erreichen, hat die Politik ein regelrechtes Maßnahmenpaket verabschiedet. Doch bringt das BRSg dem Vertrieb gute Aussichten? Oder erweist sich das Regelwerk eher als Schlechtwetterfront?

Bald ist es so weit. Das bereits im Juli 2017 verabschiedete Betriebsrentenstärkungsgesetz tritt zum 01.01.2018 in Kraft. Eine der wichtigsten Änderungen ist die Einführung reiner Beitragszusagen.

Sozialpartnermodell Teil 1: Beitragszusage

Tarifvertragsparteien können mittels Tarifvertrag eine Beitragszusage einführen – deshalb „Sozialpartnermodell“. Nichttarifgebundene Arbeitgeber können die Anwendung des für sie einschlägigen Tarifvertrags mit den Arbeitnehmern vereinbaren. Bei der Beitragszusage haftet der Arbeitgeber nur für die Zahlung der versprochenen Beiträge, nicht mehr für Leistungen. Auch die Direktversicherung, Pensionskasse oder der Pensionsfonds, über die eine Beitragszusage durchgeführt wird, garantieren keine Leistungen. Damit trägt der Arbeitnehmer Anlagechancen und -risiken. Da mangels Garantien das Kapital freier angelegt werden kann, soll die Beitragszusage zu mehr Rendite und einer hohen „Zielrente“ führen. Diese kann im Zeitverlauf steigen oder auch sinken, was auch für bereits laufende Renten gilt.

Damit es möglichst zu keinen Kürzungen kommt, sollen die Tarifvertragsparteien einen „Sicherungsbeitrag“

vereinbaren, der zusätzlich vom Arbeitgeber geleistet werden muss. Dieser Sicherungsbeitrag kann „in schlechten Zeiten“ zum Ausgleich von Deckungslücken verwendet werden. Aus Sicht des Vertriebs gilt: Für Unternehmen, die weder tarifgebunden sind noch ein Interesse daran haben, sich einzelvertraglich einem Tarifvertrag zur Beitragszusage anzuschließen, spielt die Beitragszusage keine Rolle. Ansonsten könnte sich die Beitragszusage aber langfristig durchaus etablieren, wenn fehlende Garantien tatsächlich zu höheren Leistungen führen und sich die Volatilität der Kapitalanlage durch geschicktes Anlagemanagement in Grenzen hält. In diesem Fall könnte die Beitragszusage für den Vertrieb bzw. kleinere Produkthanbieter dann zum Vertriebshindernis statt zur -chance werden. Denn es dürfte nur der Anbieter zum Zug kommen, der auch im jeweiligen Tarifvertrag „gesetzt“ ist. Es sei denn, das jeweilige Modell wird allgemein für den Vertrieb geöffnet. Sollte es zur Konkurrenz mit der „klassischen“

Beitragszusage	Beitragsorientierte Leistungszusage / Beitragszusage mit Mindestleistung
Arbeitgebersicht	
☺ keine Haftung Beitragszahlung	☹ i. d. R. keine (Subsidiär-)Haftung
☹ Vorgaben durch Tarifvertrag	☺ Zusage kann selbstständig ausgestaltet werden
☹ ggf. Zusatzkosten durch Sicherungsbeitrag	☺ kein Sicherungsbeitrag
☹ keine Verfallbarkeitsvorteile bei Arbeitgeber-Finanzierung	☺ Unverfallbarkeitsfristen bei Arbeitgeber-Finanzierung möglich
Arbeitnehmersicht	
☺ hohe Rendite(erwartung)	☹ niedrige Rendite(erwartung)
☹ keine Garantie, ggf. schwankende Renten	☺ garantierte Renten, Rentenanpassung aus Überschüssen
☹ Lebenslange Rente	☺ Kapitalwahlrecht

bAV kommen, muss sich diese aber nicht hinter der Beitragszusage verstecken, wie der Vergleich wichtiger Merkmale zeigt: Wie Tarifverträge bzw. Anlageprodukte zur Beitragszusage genau aussehen werden, ist noch nicht verlässlich abzusehen.

Sozialpartnermodell Teil 2: Opting-out

Ebenfalls nur über Tarifvertrag kann Opting-out eingeführt werden, also die automatische Entgeltumwandlung. Das Gesetz gibt vor, dass der Arbeitgeber ein entsprechendes Angebot drei Monate vor Beginn der Umwandlung schriftlich unterbreiten muss. Der Arbeitnehmer kann dann innerhalb eines Monats nach Angebotsabgabe widersprechen bzw. die Umwandlung innerhalb eines Monats beenden. Ein Tarifvertrag kann das Opting-out unmittelbar regeln oder aber die genaue Ausgestaltung den Betriebsparteien überlassen. Nichttarifgebundene Arbeitgeber können den für sie einschlägigen Tarifvertrag anwenden.

Aus Vertriebsicht ist eine automatische Entgeltumwandlung zwar sehr attraktiv. Die Erfahrung zeigt aber: Bei vielen Unternehmen stößt Opting-out nicht auf Gegenliebe. Denn wenngleich es sich um ein „automatisches“ Modell handeln soll, wird trotzdem eine Beratung oder zumindest die Klärung von Fragen der Arbeitnehmer nach Angebotsversand erforderlich sein. Außerdem gilt es, die Arbeitnehmer auch über Nachteile der Entgeltumwandlung zu informieren. Nicht wenige Arbeitnehmer werden widersprechen oder die Umwandlung nach kurzer Zeit beenden. Dies führt zu Verwaltungs- bzw. „Stornoaufwand“. Wahrscheinlich werden daher die Tarifvertragsparteien den Unternehmen die Option zum Opting-out eröffnen, es aber nicht zwingend vorschreiben. Der Vertrieb bleibt so bei der Verbreitung der freiwilligen Entgeltumwandlung weiter gefordert.

Die Neuregelung des § 3 Nr. 63 EStG

Das Fördervolumen des § 3 Nr. 63 EStG erhöht sich auf 8% p. a. der Beitragsbemessungsgrenze der gesetzlichen

Rentenversicherung (BBG; West). Damit entfallen auch die bisher zusätzlich zu 4% der BBG steuerfreien 1.800 € p. a. Ärgerlich ist, dass die Sozialversicherungsfreiheit für Beiträge i.S.d. § 3 Nr. 63 EStG nach wie vor bei 4% der BBG bleibt. Gleiches gilt für den Rechtsanspruch auf Entgeltumwandlung. Aus Vertriebsicht überwiegen trotzdem die Vorteile der Neuregelung:

- Die Förderung wird einfacher: Das neue Fördervolumen kann von allen Arbeitnehmern genutzt werden, etwaige nach § 40b EStG a. F. pauschal versteuerte Beiträge werden einfach abgezogen. Eine Unterscheidung von Alt- und Neuzusagen, wie sie bisher zur Nutzung der 1.800 Euro bzw. Pauschalversteuerung erforderlich war, entfällt. Arbeitgeber und -nehmer können gezielt auf das erhöhte Fördervolumen angesprochen werden. Dies gilt besonders für Arbeitnehmer, die bis dato die 1.800 Euro zum Beispiel aufgrund einer laufenden § 40b-Direktversicherung nicht nutzen konnten, aber eine höhere Umwandlung wünschen.
- Kleinere und mittelständische Unternehmen haben oft nur wenige Gutverdiener, für die sich die gesonderte Einrichtung zum Beispiel einer Unterstützungskasse rentieren würde. Diese Klientel kann dank des höheren Fördervolumens zum Beispiel über eine Direktversicherung eine bessere Altersversorgung aufbauen. Zumal dann, wenn der Verdienst oberhalb der Renten-BBG liegt und damit die Begrenzung der Sozialversicherungsfreiheit auf 4% der BBG keine Rolle spielt. Es könnte daher sein, dass rückgedeckte Unterstützungskassen ein wenig an Bedeutung verlieren.
- Es gelten neue Vervielfältigungsregeln: Bei vorzeitigem Ausscheiden kann ab 2018 die Anzahl der Dienstjahre im Unternehmen (maximal 10) mit 4% der BBG multipliziert und dieser Betrag steuerfrei zum Beispiel in eine Direktversicherung eingezahlt werden. Nach einer entgeltlosen Zeit (z. B. Elternzeit) können 8% der BBG, multipliziert mit der entgeltlosen Zeit (nur volle Kalenderjahre, max. 10) steuerfrei eingezahlt werden. Beide genannten Vervielfältigungsregeln sind jedoch nur steuer-, nicht aber sozialversicherungsfrei.

Arbeitgeberzuschuss zur Entgeltumwandlung – die Vertriebschance 2018

Ab 2019 müssen Arbeitgeber neu abgeschlossene Entgeltumwandlungen zugunsten einer Direktversicherung, einer Pensionskasse oder eines Pensionsfonds mit 15% bezuschussen, soweit sie sich durch die Entgeltumwandlung Sozialversicherungsbeiträge sparen. Für vor 2019 abgeschlossene Umwandlungsvereinbarungen greift die Zuschusspflicht erst ab 2022 – sofern der Arbeitgeber nicht

freiwillig ab 2019 allen Arbeitnehmern den Zuschuss gewährt. Leider hat die Zuschussregelung auch Haken: Zunächst gilt sie nur für nichttarifgebundene Unternehmen. ▶

Leider hat die Zuschussregelung auch Haken: Zunächst gilt sie nur für nichttarifgebundene Unternehmen. Denn der Zuschuss ist tarifdispositiv, etwaige schlechtere Zuschussregelungen im Tarifvertrag gehen vor.

Denn der Zuschuss ist tarifdispositiv, etwaige schlechtere Zuschussregelungen im Tarifvertrag gehen vor. Daher ist zunächst stets die Geltung von Tarifverträgen zu prüfen. Die vermeintlich einfache Vorschrift erweist sich im Detail außerdem als vielseitig interpretierbar. Was heißt „soweit“? Die Fachwelt scheint einig, dass der Arbeitgeberzuschuss nur für Umwandlungen bis max. 4% der BBG p. a. fällig und durch die tatsächliche Sozialversicherungsersparnis gedeckelt wird.

***Beispiel:** Ein Arbeitnehmer mit einem Bruttogehalt von 70.000 Euro p. a. wandelt 2019 2.000 Euro zugunsten einer Direktversicherung um. Die ganzen 2.000 Euro sind sozialversicherungsfrei, wobei sich der Arbeitgeber nur Renten- und Arbeitslosenversicherungsbeiträge in Höhe von 2.000 Euro $\times$ 10,85% = 217 Euro spart (Anm.: Beitragssatz 2017). Denn das Bruttogehalt liegt auch nach Umwandlung der 2.000 Euro noch über der BBG der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung. Es muss also nur ein Zuschuss von 217 Euro statt 300 Euro (15% des Umwandlungsbetrags) geleistet werden.*

Arbeitgeber müssen sich entscheiden, ob sie wirklich „spitz“ nachrechnen (bzw. ihre Abrechnungssoftware) oder den Zuschuss pauschal bei jeder Umwandlung gewähren wollen. Zu

Berater und Vertrieb sind gefordert, den Arbeitgeber vor 2019 zu den Zuschussdetails zu beraten und eine möglichst passende Regelung zu finden.

klären ist außerdem die Frage, wie der Zuschuss für den Bestand gewährt wird? Bleibt die Entgeltumwandlung unver-

ändert und wird der Zuschuss „oben drauf“ gepackt, wird oft ein Neuvertrag erforderlich sein. Alternativ dazu ist mit Zustimmung des Arbeitnehmers auch die „Einrechnung“ des Zuschusses in den Umwandlungsbetrag denkbar.

***Beispiel:** Bei einer Umwandlung von 100 Euro monatlich kann der Zuschuss in Höhe von 15 Euro zusätzlich gewährt oder ein 15%-iger Zuschuss mit Zustimmung des Arbeitnehmers in den Beitrag von 100 Euro eingerechnet werden. Dies wären dann 86,96 Euro Entgeltumwandlung und 13,04 Euro Zuschuss. Das auszuzahlende Bruttogehalt des Arbeitnehmers würde sich also um den Zuschuss erhöhen. Auch die Variante 85 Euro Entgeltumwandlung und 15 Euro Arbeitgeberzuschuss (15% der ursprünglichen 100 Euro Entgeltumwandlung) ist möglich.*

Bei Unternehmen, die bereits einen Zuschuss gewähren, ist dessen Anrechnungsfähigkeit zu prüfen. Dies kann durchaus strittig sein, sofern sich der Arbeitgeber eine Anrechnung nicht ausdrücklich vorbehalten hat. Berater und Vertrieb sind gefordert, den Arbeitgeber vor 2019 zu den Zuschussdetails zu beraten und eine möglichst passende Regelung zu finden. Ein willkommener Anlass, die bestehende Versorgungsordnung entsprechend anzupassen oder eine solche überhaupt erst einzurichten.

Insgesamt ist der Arbeitgeberzuschuss für den Vertrieb eine schöne Vorlage: Alle Arbeitgeber, die bis dato noch keinen Zuschuss bieten bzw. bei denen die Teilnahmequoten niedrig sind, können mit dem Zuschussthema 2018 (neuerlich) angesprochen werden. Spätestens ab 2019 bzw. 2022 sollte die Entgeltumwandlung dank des Zuschusses zur Selbstverständlichkeit für Arbeitnehmer werden – auch ohne Zwang durch Opting-out. Und wer sich als Arbeitgeber von der Masse abheben will, für den gilt: Vom gesetzlichen Zuschuss kann selbstverständlich nach oben abgewichen werden.

Förderbetrag für Geringverdiener – selektives Vorgehen erforderlich

Wenn ein Arbeitgeber mindestens 240 Euro bzw. maximal 480 Euro p. a. als arbeitgeberfinanzierten bAV-Beitrag für einen „Geringverdiener“ (bis max. 2.200 Euro monatliches Bruttoeinkommen) leistet, kann er sich 30% des Beitrags über die Lohnsteuer wieder erstatten lassen („Förderbetrag“). Förderberechtigt sind nur neue Arbeitgeberbeiträge ab 2017 bzw. Mehrbeiträge im Vergleich zu 2016. Wer als Arbeitgeber bereits vor 2017 so freundlich war, seinen Arbeitnehmern eine arbeitgeberfinanzierte bAV zu spendieren, erhält den Förderbetrag bei unveränderten Beiträgen also nicht. Ebenso ist der gesetzliche Zuschuss zur Entgeltumwandlung nach derzeitigem Kenntnisstand nicht förderberechtigt.

Eine weitere wichtige Voraussetzung für den Förderbetrag ist, dass es sich um eine Einzahlung in zum Beispiel eine Direktversicherung handelt, bei der die



Von Markus Keller,
Geschäftsführer der febs Consulting GmbH

Abschlusskosten über die gesamte Vertragslaufzeit verteilt werden. Das behindert den Vertrieb und damit die Verbreitung der bAV für Geringverdiener eher. Allerdings ist der Kreativität der Produktanbieter einiges zuzutrauen. Trotz Kostenverteilung über die Laufzeit ist eine attraktive Vergütungsregelung für den Vertrieb nicht gänzlich ausgeschlossen.

In der Praxis gibt es viele Unternehmen, für die die Geringverdienerförderung keine große Rolle spielt. Wenn bspw. in der niedrigsten Tarifstufe das Vollzeitgehalt der Arbeitnehmer schon oberhalb der Geringverdienergrenze liegt, dürften sich Arbeitgeber nur wegen des Förderbetrags wohl schwerlich zu einer neuen arbeitgeberfinanzierten bAV hinreißen lassen. Aus Vertriebs-sicht gilt es daher, gezielt nach Branchen und Regionen Ausschau zu halten, in denen es viele Geringverdiener gibt. Dort könnten einzelne Arbeitgeber überzeugt werden, eine arbeitgeberfinanzierte Versorgung einzurichten und die gesetzliche Förderung gezielt zu nutzen.

Viel wichtiger: Anrechnungsfreie Leistungen

Zukünftig bleiben Leistungen bis 100 Euro monatlich aus einer zusätzlichen Altersversorgung bei der Grundsicherung im Alter und bei Erwerbsminderung vollständig anrechnungsfrei. Das gilt auch für 30% des 100 Euro monatlich übersteigenden Betrags bis zu 50% der Regelbedarfsstufe 1. Im Jahr 2018 bleiben damit von 460 Euro zusätzlicher Altersversorgung 208 Euro anrechnungsfrei. Gerade bei Geringverdienern fällt somit ein in der Praxis oft angeführtes Hindernis für die Entgeltumwandlung weg. Denn wer schließt aktuell eine Entgeltumwandlung ab, wenn mit „Aussicht“ auf eine spätere Grundsicherung nichts von der eigenen Sparleistung bleibt?

Leicht zu übersehen: Deckungskapitalübertragung im bestehenden Arbeitsverhältnis

Im „Windschatten“ der vorgenannten Punkte findet sich noch diese Neuerung im BRSG: Zukünftig ist es nach § 3

Nr. 55c EStG möglich, Deckungskapital aus zum Beispiel einer Direktversicherung steuerfrei in eine neue Direktversicherung zu übertragen. Sollten sich dabei Leistungen verschlechtern, bedarf es zwar der Zustimmung des betroffenen Arbeitnehmers. Trotzdem besteht aus Vertriebs-sicht die Chance, bei betreuten Mandanten einzelne Altverträge in einen bestehenden Gruppenvertrag zu überführen und die Versorgung zu vereinheitlichen.

Neuerungen bei der Riester-bAV: Doppelverbeitragung entfällt

Abschließend sind die Neuerungen bei der Riester-bAV erwähnenswert – bis dato ein Randthema in der bAV: Ab 2018 entfällt die Doppelverbeitragung von Beiträgen und Leistung. Nachdem dies der Hauptgrund dafür war, die Riester-Förderung nicht über die bAV zu nutzen, könnte sich Riester doch noch in der bAV verbreiten. Zumal Arbeitnehmer einen Rechtsanspruch auf Riester-Förderung haben. Allerdings gibt es bei der Riester-bAV keinen Arbeitgeberzuschuss zur Entgeltumwandlung und aus Arbeitgebersicht keinerlei Sozialversicherungssparnisse. Es ist also nach wie vor Skepsis angebracht, dass die Riester-Förderung sich in der bAV massiv verbreitet – allen positiven Aspekten zum Trotz. ■





Die IDD-Umsetzung ist verabschiedet – Wie geht es jetzt weiter?

Werden Versicherer künftig eine „übergriffige Aufsicht“ über Maklerbüros vornehmen? Was bedeutet Lernerfolgskontrolle? Wie geht man mit kontroversen Vorgaben in verschiedenen Gesetzen um? Der VDVM gibt einen Überblick über offene Fragen bei der IDD-Umsetzung.

Das deutsche Umsetzungsgesetz zur IDD ist verabschiedet und tritt im Wesentlichen im Februar 2018 in Kraft. Nach anfänglich – man muss es so hart formulieren – gruseligen Regelungen zulasten der Makler – erinnert sei nur an Provisionsgebot und Doppelberatung – in den Entwürfen, ist dem Berufsbild der Makler im Gesetz wieder Rechnung getragen worden.

Sechs wichtige Punkte ungeklärt

Man könnte meinen, so weit so gut. Aber es sind unverändert gravierende Punkte offen bzw. nicht oder nicht richtig geregelt, sodass hier weitere Probleme auf die Vermittler und speziell den Versicherungsmakler zukommen.

Delegated acts

Zur IDD-Richtlinie gehören auch die sogenannten delegated acts, europaweit unmittelbar wirkende Richtlinien, die gerade frisch vorliegen. In Europa wird deshalb eine Verschiebung der Inkraftsetzung auf Oktober 2018 mehr als ernsthaft erörtert. Diese delegated acts betreffen so wichtige Bereiche wie Interessenkonflikte, Anreizsysteme und das Produktüberwachungsverfahren. Die Zeit, derartige komplexe Regelungen umzusetzen, ist natürlich begrenzt, sodass die große Gefahr besteht, dass wir mit unfertigen Regelungen in das Frühjahr 2018 stolpern.

Fortbildung

Auch die deutsche Rechtsverordnung nach § 34e GewO (neu), die insbesondere die Fortbildung regelt, liegt erst seit dem 24.10.2017 als noch nicht endgültig abgestimmter Referentenentwurf des Bundeswirtschaftsministeriums vor. Es ist auch

fraglich, wann sich eine neue Bundesregierung mit dieser Verordnung beschäftigen kann. In der Verordnung sind wichtige Bereiche wie zum Beispiel Interessenkonflikte und der diesbezügliche Umgang damit, das sogenannte Beschwerdemanagement und die Fortbildung geregelt. Das System von „gut beraten“ kann dabei nicht eins zu eins übernommen werden, sodass insoweit neue Regelungen kommen werden. Hierzu soll beispielsweise eine regelmäßige Nachweispflicht gegenüber den zuständigen IHKs gehören. Bei Vorträgen sollen diese nur dann Weiterbildung sein, wenn eine Erfolgskontrolle vorliegt! Hier muss erkennbar noch Hand angelegt werden. Bis zum 24.11.2017 konnten die einzelnen Verbände Stellung nehmen. Diese Verordnung muss auch noch durch den Bundestag, sodass es ambitioniert ist, im Februar eine umsetzungsfähige Regelung zu haben. „Better regulation“ sieht anders aus.

Versicherungsaufsicht

Ein besonderes Problem liegt darin begründet, dass sich die delegated acts als auch die Umsetzungsregelung zum Beispiel in § 48a VAG (Interessenkonflikte) an die Versicherungsaufsicht wenden. In dem Entwurf zur Versicherungsvermitt-

lungsverordnung werden auch die IHKs in die Pflicht genommen, die Frage ist aber, ob diese dafür inhaltlich gerüstet sind. Da wir das einzige Land sind, in dem die Versicherungsaufsicht nicht die Aufsicht für die Vermittler hat, ist die Gefahr einer „übergreifenden“ Aufsicht durch die BaFin, vor allem aber die Versicherer vorprogrammiert. „Weist“ die BaFin die Versicherer bzgl. der Vergütungsregelungen an, so kann der Versicherer diese gegenüber den eigenen Agenten recht einfach umsetzen. Bereits heute ist jedoch zu beobachten, dass unter dem Stichwort „Compliance“ Versicherer auch auf den Versicherungsmakler bestimmenden Einfluss ausüben wollen und sich hier auf Aufsichtsregeln berufen. Der Sachwalter des Kunden unterliegt jedoch nicht der Steuerung und Überwachung des Versicherers. Hierfür sind die Aufsichtsbehörden für die Vermittler zuständig!

Keine Vermittlung ohne Beratung

Sowohl in der IDD-Umsetzung als auch im Urteil des OLG München gegenüber CHECK24 ist der Grundsatz verankert: keine Vermittlung ohne Beratung. Auch § 61 VVG kennt keine „Sandkästen“ für FinTechs. Es gilt vielmehr der Grundsatz: gleiches Spielfeld, gleiche Regeln. Hierauf müssen sich alle Einheiten, die Versicherungsvertrieb im Internet organisieren, einrichten. Ein „Weiter so“ wird es nach dem Wegfall des § 6 Abs. 6 letzter Hs. VVG nicht geben. Es ist bisher nicht erkennbar, dass diese Herausforderung von allen Marktteilnehmern so gesehen wird. Dies gilt speziell für das Betreuungselement, das der BGH den Versicherungsmaklern in seinem Urteil zur Schadenregulierung im Januar 2016 ausdrücklich ins Stammbuch geschrieben hat. Eine Schadenanzeige des Versicherungsnehmers am Makler vorbei durch Drücken einer Versicherer-App dürfte nicht (mehr) möglich sein.

Suitable advice

Es hat sich an § 61 VVG mit seinen Anforderungen an die Beratung – suitable advice – nichts geändert durch die IDD-Umsetzung. Dort wurde aber der Grundsatz des „best interest of the client“ verankert und im VVG umgesetzt. Wie passt dies zukünftig zusammen? Hier wird es eine Phase der Unsicherheit geben, weil die Klärung dieses Spannungsverhältnisses wohl den Gerichten überlassen bleibt.

Versicherungsberatung

Nichts mit der IDD hat die Stärkung der Versicherungsberatung zu tun. Im Kern stärkt man nicht die Versicherungsberatung – hier hätte man nur das österreichische Modell des Versicherungsmaklers- und Beraters in Versicherungsangelegenheiten übernehmen müssen (auch von kleineren EU-Staaten kann Deutschland etwas lernen!) –, sondern versucht den Versicherungsberater zu fördern. Aus unserer Sicht ein untauglicher Versuch. Der Versicherungsberater soll nun auch vermitteln dürfen und betritt damit dieses Spielfeld. Gibt es dabei Regelungen für sein „Honorar“? Nein, er könnte auch eine Abschlussprovision vom Kunden nehmen! Gibt es eine Stornoregelung bei einer Vermittlung von Lebensversicherungen? Nein, der Kunde muss immer voll bezahlen! Gibt es zum Beispiel wie in Holland eine Regelung, dass das Honorar nicht über mehr als 12

Monatsraten aufgesplittet werden kann, um Atlantic-Lux-Fälle mit 60 Monatsraten zu verhindern? Nein!

Hier besteht die naheliegende Gefahr, dass bei einer wirksamen Beschränkung der Provisionen im Rahmen der Revision des LVRG im Frühjahr 2018 provisionshungrige Vertriebe einfach auf die Versicherungsberatung umsteigen. So sind beispielsweise 60% vom Kunden direkt gezahlt und ohne Stornohaftung eben klar besser als zum Beispiel 25% „Gesamtprovision“ für eine ganze Struktur vom Versicherer. Echter Verbraucherschutz sieht anders aus.

Fazit: Es liegt noch eine Menge Arbeit vor allen Beteiligten, um die IDD-Umsetzung handhabbar und zu einem Erfolg zu machen. Gut gemeint ist auch nicht automatisch gut gemacht. Zur Förderung des Verbraucherschutzes wie auch gleicher Wettbewerbsbedingungen muss beim Versicherungsberater nachgearbeitet werden. Interessenkonflikte gibt es sogar bei Berufen, die nur Honorar nehmen. Wer zum Beispiel „Die Firma“ gesehen hat, kann dies unschwer erkennen. Wir werden unseren Mitgliedern gerade zum Thema Interessenkonflikte eine Basisregelung an die Hand geben, die mit unserem Code of Conduct verschränkt ist, um ihnen einen Großteil der Arbeit zu erleichtern. Wie heißt es so schön in einem Song von Stefan Gwildis: Wir haben noch jeden Berg geschafft! ■

Es liegt noch eine Menge Arbeit vor allen Beteiligten, um die IDD-Umsetzung handhabbar und zu einem Erfolg zu machen.



Von Dr. Hans-Georg Jenssen, geschäftsführender Vorstand des Verband Deutscher Versicherungsmakler e.V. (VDVM)



Delegierte Verordnung (II): Vorgaben für Produkthersteller

Im September 2017 hat die Europäische Kommission eine Delegierte Verordnung zur Konkretisierung der mit der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) neu eingeführten Vorschriften über ein sogenanntes Produktgenehmigungsverfahren erlassen.

Artikel 25 IDD normiert eine allgemeine Pflicht zur Aufsicht und Lenkung („POG“) im Versicherungsvertrieb. Um die in diesem Artikel aufgestellten Grundsätze weiter zu bestimmen, ist der Kommission die Befugnis übertragen worden, delegierte Rechtsakte gemäß Artikel 38 IDD zu erlassen. Die Delegierte Verordnung legt konkretisierend Kriterien und praktische Einzelheiten für die Anwendung der POG-Vorschriften fest. Die Verordnung gilt unmittelbar (ohne weitere Umsetzung!) in jedem Mitgliedsstaat der EU. Die Delegierte Verordnung gliedert sich in vier Kapitel. Auf Kapitel I ist der Beitrag in AssCompact 11/2017 bereits ausführlich eingegangen.

Kapitel II: Lenkungsanforderungen für Hersteller

In diesem Kapitel wird die zentrale Pflicht der Hersteller begründet, für alle neu entwickelten Versicherungsprodukte sowie für weitreichende Anpassungen bestehender Versicherungsprodukte ein Produktgenehmigungsverfahren zu unterhalten, zu betreiben und zu überprüfen. Dieses Verfahren

Die Hersteller sollen fortlaufend sicherstellen, dass Versicherungsprodukte auf die Interessen, Ziele und Merkmale der zum Zielmarkt gehörenden Kunden ausgerichtet sind.

umfasst die Ermittlung eines Zielmarkts für die einzelnen Versicherungsprodukte. Die Hersteller sollen fortlaufend sicherstellen, dass Versicherungsprodukte auf die Interessen, Ziele und Merkmale der zum Zielmarkt gehörenden Kunden ausgerichtet sind. Sie sind des Weiteren verpflichtet, die Versicherungsprodukte angemessenen Tests zu unterziehen und ihre Produkte fortlaufend zu überwachen und regelmäßig zu überprüfen. Darüber hinaus müssen sie ihre Vertriebskanäle sorgfältig auswählen

und ebenfalls überwachen. Die Maßnahmen und Verfahrensweisen für Konzeption, Überwachung, Überprüfung und den Vertrieb von Versicherungsprodukten müssen in einem angemessenen Verhältnis zur Komplexität und zu den mit den Produkten verbundenen Risiken sowie zur Wesensart, zum Umfang und zur Komplexität des jeweiligen Geschäfts des Herstellers stehen. Das Produktgenehmigungsverfahren muss in einem schriftlichen Dokument, das in der Verordnung als „Grundsätze der Aufsicht und Lenkung“ bezeichnet wird, beschrieben und den für die Durchführung des Verfahrens zuständigen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden. Das Verfahren soll sicherstellen, dass die Versicherungsprodukte so konzipiert sind, dass sie den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden Rechnung tragen, negativen Auswirkungen auf die Kunden vorbeugen, Benachteiligungen der Kunden vermeiden bzw. mindern und einen ordnungsgemäßen Umgang mit Interessenkonflikten unterstützen.

Zielmarkt

Im Rahmen des Produktgenehmigungsverfahrens müssen für jedes Versicherungsprodukt der Zielmarkt und die Gruppe geeigneter Kunden ermittelt werden. Der Zielmarkt muss in ausreichender Detailtiefe und unter Berücksichtigung der Merkmale, des Risikoprofils, der Komplexität und der Art des Versicherungsprodukts ermittelt werden. Dabei können die Hersteller Gruppen von Kunden identifizieren und beschreiben, deren Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen das Versicherungsprodukt generell nicht entspricht. Dies gilt insbesondere für Versicherungsanlageprodukte. Am Ende dürfen lediglich Versicherungsprodukte von den Herstellern konzipiert und vermarktet werden, die den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen der zum Zielmarkt gehörenden Kunden entsprechen. Bei der Beurteilung, ob ein Versicherungsprodukt für einen Zielmarkt geeignet ist, müssen



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.

die Hersteller den Informationszugang und die Finanzkompetenz der zum jeweiligen Zielmarkt gehörenden Kunden berücksichtigen.

Produktprüfung

Bevor ein Versicherungsprodukt vermarktet oder erheblich verändert wird, müssen Hersteller ihre jeweiligen Versicherungsprodukte qualitativ und quantitativ analysieren und prüfen. Diese Verpflichtung gilt auch für den Fall, dass sich der Zielmarkt beträchtlich ändert. Im Wege dieser Produktprüfung soll beurteilt werden, ob das Versicherungsprodukt über seine gesamte Lebensdauer den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht. Kommt die Produktprüfung zu dem Ergebnis, dass das Versicherungsprodukt nicht den ermittelten Bedürfnissen, Zielen und Merkmalen des Zielmarkts entspricht, darf das Versicherungsprodukt nicht auf den Markt gebracht werden.

Produktüberwachung und Produktbewertung

Die nach der Produktprüfung auf den Markt gebrachten Versicherungsprodukte müssen von den Herstellern kontinuierlich überwacht und regelmäßig überprüft werden, um Umstände zu ermitteln, die sich erheblich auf die wesentlichen Merkmale, den Risikoschutz oder die Garantien der Produkte auswirken können. Dabei sollen die Versicherungsprodukte dahingehend beurteilt werden, ob sie weiterhin den Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen des ermittelten Zielmarkts entsprechen und ob sie an den Zielmarkt oder an Kunden außerhalb des Zielmarkts vertrieben werden. Bei der Festlegung des zeitlichen Rahmens für die regelmäßige Überprüfung der Versicherungsprodukte müssen Hersteller die Größe, den Umfang, die Vertragslaufzeit und die Komplexität der Produkte, die jeweiligen Vertriebskanäle sowie relevante externe Faktoren wie etwa Änderungen der geltenden Rechtsvorschriften, technologische Entwicklungen oder Änderungen der Marktlage berücksichtigen. Wenn während der Lebensdauer eines Versicherungsprodukts Umstände auftreten, die den betreffenden Kunden benachteiligen können, müssen Hersteller angemessene Maßnahmen ergreifen,

um die Nachteile zu begrenzen und für die Zukunft zu verhindern. Dabei müssen Versicherungsvertreiber und Kunden unverzüglich über die ergriffenen Abhilfemaßnahmen informiert werden.

Vertriebskanäle

Bei der Auswahl der für den Zielmarkt angemessenen Vertriebskanäle müssen die Hersteller die besonderen Merkmale des betreffenden Versicherungsprodukts berücksichtigen. Im Übrigen müssen die Hersteller den Versicherungsvertreibern sämtliche sachgerechten Informationen zu den Versicherungsprodukten, zum ermittelten Zielmarkt und zur vorgeschlagenen Vertriebsstrategie einschließlich Informationen zu den Hauptmerkmalen und Charakteristika der Versicherungsprodukte, den mit diesen Produkten verbundenen Risiken und Kosten, einschließlich der impliziten Kosten, sowie zu jedweden Umständen, die zu einem Interessenkonflikt zulasten des Kunden führen können, zur Verfügung stellen.

Diese Informationen müssen eindeutig, vollständig und aktuell sein. Sie sollen es den Versicherungsvertreibern ermöglichen, das Versi-

cherungsprodukt und den ermittelten Zielmarkt für die Versicherungsprodukte zu verstehen, die Kunden zu ermitteln, deren Bedürfnissen, Merkmalen und Zielen das Versicherungsprodukt nicht entspricht, und ihre Vertriebstätigkeit im bestmöglichen Interesse des Kunden auszuführen. Darüber hinaus müssen die Hersteller die Versicherungsvertreiber überwachen, ob diese im Sinne des festgelegten Produktgenehmigungsverfahrens handeln, insbesondere ob die Versicherungsprodukte auf dem ermittelten Zielmarkt vertrieben werden. Kommt ein Hersteller zu dem Ergebnis, dass der Vertrieb seiner Versicherungsprodukte nicht im Einklang mit den Zielen seines Produktgenehmigungsverfahrens steht, muss er angemessene Abhilfemaßnahmen ergreifen.

Dokumentation

Die von den Herstellern im Zusammenhang mit dem Produktgenehmigungsverfahren ergriffenen Maßnahmen müssen hinreichend dokumentiert, zu Prüfungszwecken aufbewahrt und den zuständigen Behörden auf Verlangen zur Verfügung gestellt werden. ■

Bevor ein Versicherungsprodukt vermarktet oder erheblich verändert wird, müssen Hersteller ihre jeweiligen Versicherungsprodukte qualitativ und quantitativ analysieren und prüfen.

» Fortsetzung folgt in AssCompact 01/2018



Neue Anforderungen an den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten

Der Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten wird durch die Umsetzung der IDD-Richtlinie strenger reguliert. Doch wie werden Versicherungsanlageprodukte definiert? Und welche neuen Wohlverhaltenspflichten sind einzuhalten? Antwort auf diese Fragen gibt die Kanzlei Roller & Partner Rechtsanwälte.

Die Umsetzung der europäischen IDD-Richtlinie wird zu strengeren Regulierungsstandards beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten führen. Nach derzeitigem Stand sollen die neuen Regelungen ab dem 23.02.2018 gelten, allerdings steht eine Verschiebung auf den 01.10.2018 zur Diskussion. Das Ziel besteht in der Schaffung weitgehend einheitlicher Regulierungsstandards für Finanzanlageprodukte und Versicherungsanlageprodukte.

Auf europäischer Ebene erfolgten drei regulatorische Initiativen: Die PRIIP-Verordnung definiert den Begriff des Versicherungsanlageprodukts und führt ab 01.01.2018 ein einheitliches Basisinformationsblatt für fast alle Finanzanlagen und Versicherungsanlageprodukte ein. Die IDD-Richtlinie schafft ein engmaschiges Regelungskorsett für den Vertrieb von

Versicherungsanlageprodukten. Ein Schwerpunkt liegt auf den sogenannten Wohlverhaltenspflichten: Diese orientieren sich an den Neuregelungen nach der MiFID II,

die sich auf Finanzinstrumente beziehen und ab dem 03.01.2018 anzuwenden sein werden. Die Rechtsanwendung für den Versicherungsvertrieb wird kompliziert. Künftig sind die nationalen Regelungen aus dem VVG, dem VAG und der

noch neu zu fassenden VersVermV (Entwurf liegt seit 23.10.2017 vor, s. Kasten) zu beachten. Daneben werden zwei europäische delegierte Verordnungen unmittelbare Geltung entfalten (Entwürfe liegen seit 21.09.2017 vor).

Versicherungsanlageprodukt – Schon die Definition ist schwierig

Es ist bereits eine Herausforderung festzustellen, ob es sich bei einem Produkt um ein Versicherungsanlageprodukt handelt. Dies ist gemäß gesetzlicher Definition dann der Fall, wenn es einen Fälligkeitswert oder einen Rückkaufswert hat, der vollständig oder teilweise direkt oder indirekt Marktschwankungen ausgesetzt ist. Entscheidend ist daher das Vorhandensein eines Anlageelements. Klassische Kapitallebensversicherungen und fondsgebundene Lebensversicherungen sind daher Versicherungsanlageprodukte, Sach- und Krankenversicherungen hingegen grundsätzlich nicht. Risikolebensversicherungen auf den Todesfall sind dann als Versicherungsanlageprodukt einzustufen, wenn sie ein Anlageelement

Die Rechtsanwendung für den Versicherungsvertrieb wird kompliziert. Künftig sind neben den Regelungen aus dem VVG, dem VAG und der VersVermV auch zwei Europäische Verordnungen mit unmittelbarer Geltung zu beachten.

aufweisen (beispielsweise aufgrund einer Laufzeitverkürzenden Überschussbeteiligung). Rentenversicherungen sind ebenso einzustufen wie Lebensversicherungen, allerdings wird eine Sofortrente oder eine sofort beginnende abgekürzte Leibrente nicht als Versicherungsanlageprodukt angesehen. Als ob die Definition nicht schon kompliziert genug wäre, wird der Anwendungsbereich noch durch mehrere Ausnahmen reduziert. Keine Versicherungsanlageprodukte sind beispielsweise bestimmte staatlich anerkannte Altersvorsorgeprodukte und Systeme zur betrieblichen Altersversorgung. Außerdem wird künftig zwischen komplexen und nicht-komplexen Versicherungsanlageprodukten zu differenzieren sein. Das VVG und die delegierte Verordnung sehen hierzu umfassende Prüfmuster vor.

Die neuen Wohlverhaltenspflichten

Die wesentlichen Wohlverhaltenspflichten werden nachfolgend skizziert:

Informationspflicht bei Beratung

Findet eine Beratung statt, muss der Kunde darüber informiert werden, ob auch nach Vertragsschluss eine regelmäßige Beurteilung der Eignung des Produktes angeboten wird oder nicht.

Kostentransparenz

Künftig ist der Kunde anhand detaillierter rechtlicher Vorgaben über die Kosten zu informieren – und zwar nicht nur vor Abschluss des Vertrages (ex ante), sondern auch mindestens einmal jährlich nach Vertragsschluss (ex post). Hierbei sind die Produktkosten und die Dienstleistungskosten darzustellen. Die kumulative Wirkung der Gesamtkosten auf die Anlagerendite ist verständlich mitzuteilen.

Interessenkonflikte

Zum Umgang mit Interessenkonflikten wird ein dreistufiges Verfahren vorgeschrieben. Versicherungsvermittler und -unternehmen müssen eine umfassende Analyse vornehmen, inwieweit sie selbst, eine relevante Person – zum Beispiel Gesellschafter, Geschäftsleiter, am Vertrieb beteiligte Mitarbeiter – Interessen haben, die mit den Kundeninteressen in Konflikt geraten können. Auch sind Interessenkonflikte zwischen Kunden und Kundengruppen in die Analyse aufzunehmen. Im zweiten Schritt sind Verfahren schriftlich festzulegen, wie diese Interessenkonflikte nach Möglichkeit beseitigt oder wenigstens reduziert werden können. Erst in einem dritten

Keyfacts zur neuen VersVermV

In der VersVermV werden Details zum IDD-Umsetzungsgesetz geregelt. Am 23.10.2017 hat das Bundesministerium für Finanzen den neuen Referentenentwurf vorgelegt. Die wichtigsten Punkte darin sind:

Versicherungsanlageprodukte

§ 18 regelt in Abs. 1 die Pflicht zur Vermeidung von Interessenkollisionen und in Abs. 2 die Pflicht zur Offenlegung unvermeidlicher Interessenkollisionen. § 19 enthält die Regelung, wonach Provisionen und Zuwendungen sich weder nachteilig auf die Qualität der Vermittlung noch auf die Interessenwahrungspflicht des Vermittlers auswirken dürfen.

Organisationspflichten

In § 14 des Entwurfs finden sich erstmals Organisationspflichten: Gemäß Abs. 1 muss der Gewerbetreibende über alle sachgerechten Informationen zu Versicherungsprodukt, Produktfreigabeverfahren und Zielmarkt verfügen. Abs. 2 enthält Regelungen zur Vermeidung von Interessenkonflikten auf Ebene der Mitarbeiter. Insbesondere dürfen durch Vergütungsstruktur, Verkaufsziele und ähnliches keine Fehlanreize gesetzt werden.

Sachkundeprüfung

Die „Alte-Hasen-Regelung“ gilt weiter – sowohl für Gewerbetreibende, die seit dem 31.08.2000 ununterbrochen tätig waren

(§ 2 Abs. 4), als auch für BWV-Versicherungsfachleute mit Abschluss vor dem 01.01.2009 (§ 27). Der erleichterte Sachkundenachweis für Hochschulabsolventen wird beschränkt auf mathematische, wirtschafts- und rechtswissenschaftliche Studiengänge (§ 5 Abs. 2).

Weiterbildungspflicht

§ 7 konkretisiert die in der Gewerbeordnung vorgesehene Weiterbildungspflicht. Für 2018 reichen Weiterbildungsmaßnahmen von 12,5 Stunden, ab 2019 sind 15 Stunden Weiterbildung Pflicht. Die Weiterbildung kann in Präsenzform, im Selbststudium, durch betriebsinterne Maßnahmen oder in einer anderen geeigneten Form erfolgen und erfordert jeweils eine nachweisbare Lernerfolgskontrolle. Anlage 3 enthält Anforderungen an die Qualität der Weiterbildungsmaßnahme. Zum Nachweis der Weiterbildung ist spätestens zum 31.01. eines jeden Kalenderjahres (erstmalig zum 31.01.2019) unaufgefordert eine Erklärung bei der zuständigen IHK abzugeben, für die in Anlage 4 ein Muster bereitgestellt wird.



Schritt müssen, quasi als Ultima Ratio, verbliebene Interessenkonflikte gegenüber dem Kunden offengelegt werden. Dabei reicht nicht die bloße Nennung des Interessenkonflikts, vielmehr muss er ausführlich beschrieben werden – einschließlich der getroffenen Maßnahmen und der verbleibenden Risiken.

Provisionen/Zuwendungen

Bei der Gewährung oder dem Erhalt von Gebühren, Provisionen und nicht monetären Vorteilen ist Sorge dafür zu tragen, dass die Anreize sich nicht nachteilig auf die Qualität der entspre-

Die delegierte Verordnung sieht Bewertungskriterien vor, wann Anreize nachteilig auf die Qualität der Dienstleistungen wirken.

chenden Dienstleistung für den Kunden auswirken und nicht die Verpflichtung beeinträchtigen, im besten Interesse des

Kunden ehrlich, redlich und professionell zu handeln. Die delegierte Verordnung sieht Bewertungskriterien vor, wann Anreize nachteilig auf die Qualität der Dienstleistungen wirken. In diesem Bereich bleibt die IDD-Umsetzung hinter dem Regulierungsstandard für Finanzinstrumente zurück, wo jede Zuwendung der Qualitätsverbesserung dienen muss.

Geeignetheits- und Angemessenheitsprüfung

Im Gleichlauf mit MiFID II wird differenziert zwischen dem Erfordernis einer Geeignetheitsprüfung im Rahmen einer Beratung und einer Angemessenheitsprüfung im beratungsfreien Geschäft. Um die Geeignetheitsprüfung vorzunehmen, muss sich der Berater ein genaues Bild über die Kenntnisse und Erfahrungen sowie die finanziellen Verhältnisse und die Verlusttragfähigkeit des Kunden verschaffen, er muss zudem die Anlageziele und die Risikotoleranz des Versicherungsnehmers abfragen. Erhält der Berater die Informationen nicht, besteht ein Empfehlungsverbot. Im Rahmen der Angemessenheitsprüfung beschränken sich diese Pflichten auf die Einholung von Informationen über Kenntnisse und Erfahrungen zu dem Produkttypus. Unter engen Voraussetzungen kann die Angemessenheitsprüfung sogar unterbleiben, wenn der Kunde den Vertrieb veranlasst hat und sich dieser auf ein nicht komplexes Versicherungsanlageprodukt bezieht.

Geeignetheitserklärung und angemessene Berichte

MiFID II ersetzt das im Bereich der Anlageberatung seit 2010 vorgeschriebene Beratungsprotokoll durch die Geeignetheits-

erklärung. Diese Geeignetheitserklärung wird künftig auch bei der Beratung zu Versicherungsanlageprodukten erstellt werden müssen. Darin ist ein Überblick über die erteilten Ratschläge zu geben und festzuhalten, inwiefern die Empfehlung zum Kundenprofil passt. Bei beratungsfreien Vermittlungsvorgängen sind lediglich angemessene Berichte über die erbrachte Dienstleistung zu erteilen, aus denen sich Art und Komplexität des Versicherungsanlageprodukts sowie die Kosten ergeben.

Produktgenehmigungsverfahren und Definition von Zielmärkten

Hersteller von Versicherungsprodukten müssen für diese ein Produktgenehmigungsverfahren durchführen, bei dem Zielmärkte definiert werden. Zu diesem Zweck müssen sie außerdem Kundengruppen mit gemeinsamen Merkmalen auf abstrakter und verallgemeinernder Ebene bestimmen.

Weiterhin müssen die Vertriebswege für die Versicherungsprodukte festgelegt werden, etwa ob aufgrund der Komplexität des Produkts Beratung erforderlich ist. Für Versicherungsanlageprodukte kommt hinzu, dass auch negative Zielmärkte definiert werden müssen. Dort muss also festgelegt werden, welchen Kundengruppen das Produkt gerade nicht angeboten werden soll.

Produktvertriebsvorkehrungen

Jeder Versicherungsvermittler muss seinen Mitarbeitern schriftliche Vorkehrungen für den Produktvertrieb zur Verfügung stellen. Die Produktvertriebsvorkehrungen zielen darauf ab, den Kundeninteressen und den Zielmarktvorgaben von Herstellerseite gebührend Rechnung zu tragen. ■



Von Jan C. Knappe, Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht, und Thomas Elster, Fachanwalt für Bank- und Kapitalmarktrecht, Gründungspartner von Dr. Roller & Partner Rechtsanwälte PartmbB



JOBS

Neu im AssCompact Online-Stellenmarkt

» 13.11.2017

Technical Underwriter (m/w) Cyber

Hiscox Europe Underwriting Limited
München

AssCompact

STELLENMARKT

Nähere Infos unter: asscompact.de/stellenmarkt

WIE GEHT ES MIT MEINEM UNTERNEHMEN WEITER?

Jeder Unternehmer wird irgendwann mit dieser Frage konfrontiert. Wir bieten Ihnen einen sicheren Weg, Ihre Nachfolge zu regeln.

- Absolute Vertraulichkeit nach Ihren Vorgaben
- Kontakt von Makler zu Makler
- Eine große Plattform zum Kauf / Verkauf
- Ausgesuchte Kooperationspartner zur Begleitung der Übergänge



Ihr Ansprechpartner: Herr Andreas Brunner | Tel 0721 915003-50 | E-Mail andreas.brunner@vema-eg.de
VEMA Versicherungs-Makler-Genossenschaft eG | Niederlassung Karlsruhe | Steinhäuser Straße 3 | 76135 Karlsruhe

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



Hat viel Ausdauer, macht aber keine Hausbesuche. Wie steht's mit Ihnen?

Wir suchen für unser Geschäftsgebiet
in Baden-Württemberg, Hessen,
Thüringen und Teilen von Rheinland-Pfalz
Kundenberater (m/w), die auch auf
die Bedürfnisse der Menschen eingehen.

Jetzt bewerben unter: sv.de/vertrieb

 **Sparkassen
Versicherung**

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

Geschäftsführer:

Dieter Knörrer, Jürgen Neumann, Konrad Schmidt

Chefredaktion:

Brigitte Horn

Redaktion:

Adele Dietl, Sabine Greiner, Michael Herrmann, Kathleen Keßler, Tina Kirchner, Stefanie Seeger, Toni Verena Seibert

Anzeigenleitung:

Sven Jeron

Grafik:

Simone Heinrich, Nina Melzner,
Andrea Olbert, Angela Völker

Mediadaten: www.asscompact.de

Pressemitteilungen an: redaktion@asscompact.de

Kostenpflichtiger Bezug: Heftpreis 3,80 € zzgl. MwSt.

Schlusskorrektur:

correctus e. K.
Bernd Gössel
Flößaustraße 130
90763 Fürth

Tel. 0911 5209560
Fax 0911 5209561

E-Mail: info@correctus.de

Druck & Verarbeitung:

westermann druck GmbH
Georg-Westermann-Allee 66
38104 Braunschweig

Tel. 0531 708501
Fax 0531 708599

E-Mail: westermann_druck@westermann.de

Bilder: www.fotolia.com

Ausgabe 12/2017

Die dargelegten Informationen unterliegen einer besonderen Dynamik. Aus diesem Grund können weder Verlag noch Redaktion eine Haftung für die Richtigkeit des Inhaltes übernehmen, es sei denn, es besteht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung des Verfassers wieder. Für den Inhalt ist der Verlag nicht verantwortlich. Der Inhalt dient lediglich der Unterrichtung und ist keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren. Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Alle Urheber- und Verlagsrechte, insbesondere im Hinblick auf jede Art der Vervielfältigung, bleiben vorbehalten. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Das gilt auch für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigungen auf CD-ROM oder ähnlichen Datenträgern.

Assekuranz

Peter Brink

Chubb European Group Limited
Direktion für Deutschland
Lurgiallee 12
60439 Frankfurt am Main
Tel. 069 756130
www.chubb.com/de

info.de@chubb.com

Sören Brokamp

Basler Versicherungen
Basler Straße 4
61352 Bad Homburg v. d. H.
Tel. 06172 1254600
www.basler.de

info@basler.de



Markus Drews

Canada Life Assurance Europe plc
Niederlassung für Deutschland
Höninger Weg 153a
50969 Köln
Tel. 06102 3061800
www.canadalife.de kundenservice@canadalife.de

Stefan Gilles

Versicherungskammer Maklermanagement Kranken GmbH
Warnauer Straße 30
81539 München
Tel. 089 21608666
www.versicherungskammer-makler.de service@vk-makler.de

Gail Izat

Standard Life Assurance Limited
Zweigniederlassung Deutschland
Lyoner Straße 15
60528 Frankfurt am Main
Tel. 069 665720
www.standardlife.de info@standardlife.de

Kristina Salzwedel

VOLKSWOHL BUND Versicherungen
Südwall 37-41
44137 Dortmund
Tel. 0231 54330
www.volkswohl-bund.de info@volkswohl-bund.de

Dr. Roland Schäfer

ARAG SE
ARAG-Platz 1
40472 Düsseldorf
Tel. 0211 98700700
www.arag.de service@arag.de

Sonderthema Altersvorsorge

Jens Jennissen

Fairr.de GmbH
Torstraße 49
10119 Berlin
Tel. 030 12082260
www.fairr.de info@fairr.de

Frank Nobis

Institut für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP)
Auf der Haide 1
92665 Altenstadt an der Waldnaab
Tel. 09602 9449280
www.ivfp.de info@ivfp.de

Torsten Reidel

Grüner Fisher Investments GmbH
Sportstraße 2a
67688 Rodenbach
Tel. 06374 99110
www.gruener-fisher.de info@gruener-fisher.de

Hans-Werner Rückert

Freie Universität Berlin
Zentraleinrichtung Studienberatung und Psychologische Beratung
Ittisstraße 4
14195 Berlin
Tel. 030 83853789
www.fu-berlin.de hans-werner.rueckert@fu-berlin.de

Investment

Velislava Dimitrova

Aneta Wynimko
FIL Investment Services GmbH (FIS)
Kastanienhöhe 1
61476 Kronberg im Taunus
Tel. 06173 5092000
www.fidelity.de info@fidelity.de

Stephanie von Keudell

Klosterweg 28
83080 Oberaudorf
Tel. 08031 381120 keudell-reisach@gmx.de

Finanzen

Stefan Arnold

E.Q Energy GmbH
Nürnberger Straße 38
95448 Bayreuth
Tel. 0921 150911170
www.eq-energy.de kontakt@eq-energy.de

Marcus Rex

PLANETHYP GmbH
Feringastrasse 11
85774 München/Unterföhring
Tel. 089 76774188
www.planethyp.de info@planethyp.de

Management & Vertrieb

Dr. Moritz Finkelnburg, LL.M.

Goethe Business School gGmbH
House of Finance
Goethe University
Theodor-W.-Adorno-Platz 3
60323 Frankfurt am Main
Tel. 069 798 33500
www.goethe-business-school.de info@gbs.uni-frankfurt.de

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

Rainer M. Jacobus

Rolf Schünemann
BCA AG
Hohemarkstraße 22
61440 Oberursel
Tel. 06171 9150100
www.bca.de willkommen@bca.de

Steffen Ritter

Institut für Versicherungsvertrieb
Markt 5
06526 Sangershausen
Tel. 03464 2797730
www.ivv-beratung.de info@ivv-beratung.de

Steuern & Recht

Thomas Elster

Jan C. Knappe
Dr. Roller & Partner Rechtsanwälte PartmbB
Lessingstraße 11
80336 München
Tel. 089 4570900
www.drpp.eu info@drpp.eu

Dr. Hans-Georg Jensen

Verband Deutscher Versicherungsmakler e. V.
Cremon 33/34
20457 Hamburg
Tel. 040 3698200
www.vdvm.de vdvm@vdvm.de

Markus Keller

febs Consulting GmbH
Am Hochacker 3
85630 Grasbrunn/München
Tel. 089 89042860
www.febs-consulting.de markus.keller@febs-consulting.de

Hans-Ludger Sandkühler

SANDKÜHLER SCHIRMER Rechtsanwälte
Hellweg 8
44787 Bochum
Tel. 0234 520060350
www.sandkuehler-schirmer.de info@sandkuehler-schirmer.de

Dr. Tanja Schramm

Clyde & Co (Deutschland) LLP
Kö-Bogen
Königsallee 2b
40212 Düsseldorf
Tel. 0211 88228800
www.clydeco.com tanja.schramm@clydeco.com



WIR WÜNSCHEN
IHNEN
FRÖHLICHE WEIHNACHTEN
&
EINEN GUTEN START
INS NEUE JAHR 2018!

IHR
ASSCOMPACT TEAM

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