

# AssCompact

01 | 2018 3,80 €

Das Fachmagazin für Risiko- und Kapitalmanagement

## Sonderthema

» Arbeitskraftsicherung  
und Existenzschutz

## Dr. Michael Wurdack

Rechtliche Änderungen für  
Vermittler im Jahr 2018

## Bestandsmarktplatz

Bewegung am Markt  
für Maklerbestände



**Neue Produktwelten  
und digitale Services für  
Makler und Kunden**

Dr. Angelo O. Rohlf, Vorstand Vertrieb  
der VHV Allgemeine Versicherung AG

# Einfach dreifach überzeugen: **Allianz FirmenKonzept.**



**EIN GRUND MEHR,  
DIE ALLIANZ  
ZU EMPFEHLEN.**



## **Leistungsstarke Firmenversicherungen aus einer Hand.**

Mit dem Allianz FirmenKonzept bieten Sie Ihren Kunden einen bedarfsgerechten Versicherungsschutz mit Inhalts-, Haftpflicht- und Rechtsschutzversicherung. Die Produkte können entweder einzeln oder gebündelt mit weiteren Vorteilen und Beitragsnachlässen abgeschlossen werden.

Mit Anbindung an ausgewählte Vergleichler wie gewerbeversicherung24, softfair und versdirekt einfach und schnell zum Abschluss.

### **Ihre Vorteile im Überblick:**

- Flexible Produktauswahl:  
Inhalt, Haftpflicht und Rechtsschutz
- Attraktive Vorteile
- Kombinachlässe
- Hohes Akquisepotenzial
- Vergleichieranbindung: Mit wenigen Eingaben zur Marktsicht und Preistransparenz



**Mehr dazu bei Ihrem Maklerbetreuer oder unter  
[www.allianz-fuer-makler.de/firmenkonzept](http://www.allianz-fuer-makler.de/firmenkonzept)**

**Allianz**

## Der Nebel hinter den Nebelschwaden

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

willkommen in dem Jahr, in dem IDD und MiFID II in Deutschland Wirklichkeit werden und ein Betriebsrentenstärkungsgesetz die betriebliche Altersversorgung Schritt für Schritt verändern wird. Hoffentlich auch in dem Jahr, in dem sich noch viele der damit verbundenen Nebelschwaden lichten werden. Und wenn alles – wenn auch außerplanmäßig – läuft, wird sich in Deutschland auch wieder eine tragfähige Regierung gebildet haben. Zu große Unsicherheit lähmt – nicht nur die Märkte und die Wirtschaft, sondern auch die Gesellschaft und die Menschen. In den vergangenen Jahren und Monaten gab es davon reichlich. Hin und wieder scheint sie allerdings auch zu Übersprungsverhalten zu führen. Der Blick auf die Finanzmärkte und auf die Wirtschaft jedenfalls lässt diesen Schluss derzeit zu.

Sicher ist jedenfalls schon mal, dass hinter den Nebelschwaden die nächsten Nebel warten. Denn auch wenn die Regulierungsvorgaben und Gesetzesänderungen in diesem Jahr konkret werden, werden sie in der Praxis neue Fragen aufwerfen. Denn was auf dem Papier steht, hat in der Realität deutlich mehr Facetten. Außerdem ist es mit den formal vor dem Abschluss stehenden Regulierungen noch nicht getan. Wieder dürfte sich der Blick unsicher nach Berlin richten, wenn dort in diesem Jahr das LVRG auf den Prüfstand kommt. Politik und Aufsicht sind alles andere als zufrieden mit der Entwicklung der Abschlusskosten in der Vermittlung von Lebensversicherungen. Änderungen wird es wohl geben, und das vermutlich unabhängig davon, ob es im Austausch mit Erleichterungen bei der Zinszusatzreserve passieren wird oder nicht. Überhaupt wird die Politik sich weiter mit der Lebensversicherung beschäftigen, denn die Ankündigung externer Run-offs hat für viel Unruhe gesorgt und wenig dazu beigetragen, das Vertrauen in die Lebensversicherung zu stärken. Ein kleiner Lichtblick dabei mag sein, dass die Zuführungen zur Zinszusatzreserve zum Ende 2017 nicht ganz so hoch ausgefallen sind wie befürchtet. Eine Entwarnung ist das allerdings auch nicht.

Gerne begleiten wir Sie auch 2018. Wir werden versuchen, für Sie den Schleier an der ein oder anderen Stelle zu lüften. Darauf freuen wir uns, nicht zuletzt deshalb, weil wir in diesem Jahr unser 20-jähriges Bestehen feiern und Sie uns in neutralen Umfragen noch kurz vor Jahresende beschieden haben, dass unsere Informationen für Sie weiterhin wichtige Entscheidungshilfen sind. Und falls Sie uns von AssCompact noch nicht so gut kennen: Vielleicht treffen wir Sie auf einer unserer AssCompact Veranstaltungen. Im März geht es schon los mit unserem Gewerbesymposium. Auch dort wollen wir für mehr Klarheit sorgen. Mehr Informationen dazu finden Sie auf [www.asscompact.de](http://www.asscompact.de).



Ihre

**Brigitte Horn**  
Chefredakteurin  
[horn@asscompact.de](mailto:horn@asscompact.de)



24 «



Neue Produktwelten und digitale Services für Makler und Kunden

38



Die Zukunft der Arbeitskraftsicherung:  
Wer braucht sie? Und wer kauft sie?

## Personen

8 News

## Studien

16 Aktuelle Marktuntersuchungen

## Assekuranz

18 News

- » 24 Titelinterview > Neue Produktwelten und digitale Services für Makler und Kunden > Interview mit Dr. Angelo O. Rohlf, VHV
- 26 Pflegestärkungsgesetze reichen nicht: Die Pflegelücke bleibt > von Dr. Rainer Reitzler, Münchener Verein
- 28 „Wir werden 2018 mit den neuen Produkten richtig durchstarten“ > Interview mit Dr. Dr. Michael Fauser, ERGO
- 30 Ausdauer, Aufklärung und etwas Mut – Was es für Erfolg in der bKV braucht > von Daniel Schmalley, Barmenia
- 32 Generali German Desk – Risiken in Mittel- und Osteuropa absichern > Interview mit Hans-Peter Klebe, Generali
- 34 Die Initiative Mehrwert – Lösungen für Mittelständler und Verbände > von Pirmin Seßler, die Bayerische

## Sonderthema Arbeitskraftsicherung & Existenzschutz

- 36 Zwischen Königsweg und Seitenpfaden > von Tina Kirchner, AssCompact
- 38 Die Zukunft der Arbeitskraftsicherung: Wer braucht sie? Und wer kauft sie? > von Michael Franke, Franke und Bornberg
- 40 Alternative Invaliditätsprodukte sind auf dem Vormarsch > Interview mit Markus Unterkofler, Swiss Re
- 42 Absicherung der Arbeitskraft – Mit Einfachheit überzeugen > von Kristina Janssen, die Dortmunder
- 44 „Der Trend geht hin zu einer ergebnisoffenen Beratungsphilosophie“ > Interview mit Amar Banerjee, Swiss Life
- 46 BU-Leistungsfall: Makler im Spannungsfeld zwischen Kunde und Versicherer > von Dipl.-Ing. Claudia Nistor, SOCIALSOLVENT
- 50 Die spontane Anzeigepflicht des Versicherungsnehmers – Von gestern? > von Rechtsanwältin Kathrin Pagel, Kanzlei Michaelis

## Investment

52 News

- 52 Kommentar > Bitte kein Bit > von Michael Herrmann, AssCompact
- 58 Versicherungsmakler und Finanzberater: Kooperation statt Konkurrenz > von Michael Wallmeyer, DIGNUS
- 60 „Versicherer haben bei der Kapitalanlage noch großes Effizienzpotenzial“ > Interview mit Marcus Severin, BlackRock
- 62 Gold, Wertpapiere und Sparbuch im Vergleich > von Julius Leineweber, Premium Gold
- 64 Digitale Immobilieninvestments: Eine Anlageoption mit Zukunft > von Simon Brunke, Exporo
- 66 „Wir gehen unsere Wege auch in Zukunft mit unseren Vermittlern“  
> Interview mit Wolfgang Dippold, Ottmar Heinen und Markus Schürmann, PROJECT

# Qualität. Komplexität. Leistung.

Das Jahr 2018 stellt Berater von Fondsanlagen vor große Herausforderungen. Optimieren Sie die Fondsanlagen Ihrer Kunden zusammen mit Ihrem persönlichen Helvetia Leben-Betreuer.

## Informieren Sie sich jetzt:

T 069 1332 575  
kontakt@hl-maklerservice.de



**einfach. klar. helvetia**  
Ihre Schweizer Versicherung



# 90

Rechtlicher Ausblick  
auf das Jahr 2018

## Management & Vertrieb

- 68 News
- 76 Kolumne > Delegierte Verordnung (III) – Vorgaben für Versicherungsvertreiber  
> von Rechtsanwalt Hans-Ludger Sandkühler
- 78 Der ideale personelle Aufbau im Maklerbetrieb – Gibt es das? > von Steffen Ritter
- 80 „Zurzeit entscheiden sich zwischen 30 und 50 Maklerhäuser pro Monat für uns“  
> Interview mit Karsten Allesch, DEMV
- 82 VERKAUF 4.0: Besser verkaufen ohne Verkaufen > von Roland M. Löscher
- 84 „Facebook ist ein Zug, der regelmäßig hält, damit Makler einsteigen können“  
> Interview mit Hans Steup, Social-Media-Experte

## Steuern & Recht

- 86 News
- 90 Rechtliche Rahmenbedingungen: Was bleibt – Was kommt?  
> von Dr. Michael Wurdack, Anwaltskanzlei Küstner, v. Manteuffel & Wurdack
- 94 Die Pflichten des Versicherungsmaklers an Beispielen der Rechtsprechung  
> von Michaela Ferling, Ferling Rechtsanwälte
- 96 Immer mehr Interessenten für Maklerbestände  
> Interview mit Andreas Grimm, bestandsmarktplatz.de

## 6 Veranstaltungen

- 14 Bücher
- 97 Stellenmarkt
- 98 Impressum

**Service für Vertriebspartner:**  
T 069 1332 575  
kontakt@hl-maklerservice.de



### 1. Kongressmesse „Der Neue Finanzberater“: Andere Geschäftsmodelle im Blick

(ac) Rund 400 Teilnehmer und Referenten aus der Finanzwirtschaft haben bei der 1. Kongressmesse „Der Neue Finanzberater“ Ende November 2017 in Frankfurt am Main Wege in eine neue Ära der Finanzberatung vorgestellt und diskutiert. Eröffnet wurde die Konferenz von Eric Czotscher, verantwortlicher Redakteur der Fachzeitschrift „Der Neue Finanzberater“ aus dem F.A.Z.-Fachverlag FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH, und von Andreas Scholz, Chief Executive Officer der dfv Maleki Group GmbH. Insgesamt umfasste das Programm 20 Workshops und fünf Podiumsdiskussionen. Im Fokus standen neue Geschäftsmodelle, neue ethische Werte und neue Technologien.



Unter anderem gab es eine Podiumsdiskussion mit Regulierern, Finanzberatern, Lobbyisten und Verbraucherschützern.

#### Allgemeinwohl statt Renditemaximierung

Das Fachpublikum nutzte die offenen Diskussionsformate und praxisorientierten Workshops zum Austausch über Ideen und Dienstleistungen für eine bessere Finanzberatung. Vor allem ging es um Beratungsqualität, die Überwindung von Interessenkonflikten und bedarfsgerechte Dienstleistungen für die Kunden. Referenten aus unterschiedlichen

Sparten der Finanzwirtschaft zeigten an konkreten Beispielen, dass gute Finanzberatung nachhaltig und wirtschaftlich sehr profitabel sein kann. Der Tenor der Kongressmesse: „Es lohnt sich, auf Qualität und Transparenz zu setzen.“ Höhepunkte des Kongresses waren eine Podiumsdiskussion mit Regulierern, Finanzberatern, Lobbyisten und Verbraucherschützern sowie ein Plädoyer des Gemeinwohlexperten Christian Felber aus Wien für eine Finanzberatung, die nicht der Renditemaximierung, sondern dem Gemeinwohl nutzt.

### 3. InnoVario: Versicherungsbranche und Digitalisierung – Chancen und Risiken

(ac) Ende November 2017 trafen sich in Bonn über 400 Fach- und Führungskräfte von Start-ups und Versicherungsunternehmen zum 3. InnoVario – Ideen- und Innovationsmarktplatz für die Versicherungsbranche, um über Chancen und Risiken neuartiger Geschäftsmodelle zu diskutieren. Prof. Dr. Fred Wagner, Professor am Institut für Versicherungslehre der Universität Leipzig, fungierte als Schirmherr der Veranstaltung.



Volle Sitzreihen beim 3. InnoVario – Ideen- und Innovationsmarktplatz für die Versicherungsbranche Ende November 2017 in Bonn

#### Digitale Ansätze für den freien Vertrieb

Carlo Pacifico von Amazon Web Services sprach Handlungsempfehlungen für die Modernisierung der Assekuranz aus. Julian Teicke von der wefox Group wies auf zukünftige Perspektiven durch die Sammlung von Daten in Echtzeit hin. Jürgen Stoffel von der Hannover Rück SE sprach über die Potenziale der Blockchain-Technologie für die Versicherungsbranche. Am zweiten Veranstaltungstag fand erstmals das Makler-Forum statt: Drei

Versicherungsunternehmen und ein Maklerpool stellten dabei ihre digitalen Ansätze für den freien Vertrieb vor. Das Resümee des diesjährigen InnoVario: Das Bild der Versicherung gewinnt im digitalen Zeitalter an Konturen. Gleichzeitig bleibt viel Entwicklungspotenzial.

VON DEN MACHERN DER BEST-LEISTUNGS-GARANTIE

VON EXPERTEN  
VERSICHERT

VHV  
VERSICHERUNGEN

TIL SCHWEIGER IN

# HAFTPFLICHT – EINFACH UNVERBESSERLICH

PREIS-LEISTUNGS-MEISTER MIT BESTNOTE „SEHR GUT“

<b>Stiftung Warentest</b>	<b>SEHR GUT (0,8)</b>
<b>Finanztest</b>	Im Test: 218 Familientarife Private Haftpflicht KLASSIK-GARANT Baustein EXKLUSIV
	Ausgabe 10/2017 www.test.de

17YT59

Die VHV Privathaftpflicht bietet für weniger Beitrag noch mehr Absicherung und wurde dafür jetzt von der Stiftung Warentest mit 0,8 Punkten – also besser als „sehr gut“ – ausgezeichnet. Mit Top-Leistungen, wie dem weitreichenden Opferschutz, voller Absicherung bei Deliktsunfähigkeit oder geliehenen Sachen bis zur Versicherungssumme, setzt sie sich klar vom Wettbewerb ab. Und mit der Best-Leistungs-Garantie hat man den Schutz aller deutschen Versicherer auch in Zukunft.

Mehr Infos unter 0511 907-3000 oder [vhv-partner.de](http://vhv-partner.de)

## ARGE wählt neuen Vorstandsvorsitzenden



Dr. Karsten Eichmann

(ac) Dr. Karsten Eichmann, der Vorstandsvorsitzende des Gothaer Konzerns, ist zum Vorstandsvorsitzenden der Arbeitsgemeinschaft der Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit e.V. (ARGE) gewählt worden. Er übernimmt diese Funktion von Dr. Wolfgang Weiler, dem neuen Präsidenten des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) e.V.

Als neues Mitglied wurde zudem Klaus-Jürgen Heitmann, Vorstandssprecher der HUK-Coburg Versicherungsgruppe, in den Vorstand der ARGE gewählt; er übernimmt den stellvertretenden Vorsitz. Jeder Fachbereich – Sach, Leben und Kranken – ist im Vorstand der ARGE vertreten. Die Mitglieder des Vorstands üben ihre Tätigkeit ehrenamtlich aus. Die Aufgaben des Vorstands sind insbesondere die Vertretung der ARGE nach außen, der Austausch mit dem Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) e.V. und die Abstimmung von Grundsatzpositionen der ARGE.

## ALTE LEIPZIGER-HALLESCHE Konzern regelt Nachfolge an Konzernspitze



Dr. Walter Botermann

(ac) Dr. Walter Botermann tritt am 30.06.2018 in den Ruhestand: Die Aufsichtsräte von ALTE LEIPZIGER Leben, HALLESCHE und ALTE LEIPZIGER Holding haben daher folgende Veränderungen beschlossen: Christoph Bohn wird ab dem 01.07.2018 für weitere fünf Jahre zum Vorstandsmitglied bestellt und zum Vorstandsvorsitzenden ernannt. Er übernimmt ab diesem Zeitpunkt

das Ressort Strategie/Steuerung/Risikomanagement/Öffentlichkeitsarbeit/Recht/Compliance/Personal/Revision.

Martin Rohm wird zudem vom 01.09.2018 bis 30.06.2023 zum Vorstand wiederbestellt. Er verantwortet unverändert das Ressort Kapitalanlagen/Finanzen. Udo Wilcsek wird ab dem 01.01.2018 zum stellvertretenden Vorstandsmitglied bestellt. Er wird für das Ressort Betriebsorganisation-IT verantwortlich sein. Wilcsek ist derzeit Leiter des konzernweiten Zentralbereichs Betriebsorganisation. Das Ressort Betriebsorganisation-IT im ALTE LEIPZIGER-HALLESCHE Konzern wird bisher vom stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden, Christoph Bohn, verantwortet.



Christoph Bohn

## Anstehender Vorstandswechsel bei der R+V Holding



Peter Weiler

(ac) Zum 30.06.2018 geht Peter Weiler, im R+V-Holdingvorstand für die Zentralressorts Informationssysteme und Betriebswirtschaft zuständig, in den Ruhestand.

Der gebürtige Kölner kam 2000 zur R+V Versicherung und war zunächst im Vorstand für das Ressort Informationssysteme zuständig, später übernahm er zusätzlich das Ressort Betriebswirtschaft.

Zum 22.06.2018 wird dann Tillmann Lukosch in den R+V-Holdingvorstand berufen und als Nachfolger von Peter Weiler die Verantwortung für das Zentralressort Informationssysteme sowie für die digitale Transformation übernehmen. Tillmann Lukosch hat 2007 bei R+V im Bereich Konzernentwicklung begonnen. 2009 wurde er Vorstandsmitglied der R+V Krankenversicherung AG. Seit 2016 ist Lukosch außerdem Mitglied des Vorstandes der R+V-Konzerntochter Condor-Lebensversicherungs-Aktiengesellschaft.

### Zentralressort Betriebswirtschaft

Über die künftige Zuständigkeit für das von Weiler ebenfalls verantwortete Zentralressort Betriebswirtschaft wird Unternehmensangaben zufolge noch entschieden.



Tillmann Lukosch



ALTE LEIPZIGER



HALLESCHE

Unseren  
Geschäftspartnern  
sagen wir

**D**  **ANKKE**

für den Erfolg in 2017.

**Gemeinsam haben wir viel erreicht!**

Für 2018 wünschen wir Ihnen Gesundheit, Glück und viel Erfolg.

### blau direkt erweitert Geschäftsführung



Jonas Hoffheinz

(ac) Die Gesellschafterversammlung des Lübecker Maklerpools blau direkt hat Jonas Hoffheinz zum Jahreswechsel als Prokurist in das Handelsregister eintragen lassen.

Jonas Hoffheinz ist seit 2005 Mitarbeiter von blau direkt. Nach einer Ausbildung zum Versicherungskaufmann und zum bwv-Versicherungsfachmann hat Hoffheinz Aufbau und Führung der Antragsabteilung Komposit übernommen. Diese wurde zur internen „Kaderschmiede“ von blau direkt und sorgte für Führungsnachwuchs, der sich zwischenzeitlich in vielen Abteilungen des Unternehmens findet.

### Neue Vorstandsvorsitzende für die ARTUS AG



Alexandra Ganz-Cosby

(ac) Der Vorstandsvorsitzende und Gesellschafter der ARTUS AG, Friedrich Ganz, hat sich zum 31.12.2017 aus dem Vorstand zurückgezogen und den Aufsichtsratsvorsitz von

Helmut Kühl übernommen.

Neue Vorstandsvorsitzende der ARTUS AG ist Diplom-Betriebswirtin Alexandra Ganz-Cosby, bislang Mitglied der Geschäftsleitung. Sie zeichnet auch weiterhin für den Bereich „International“ der ARTUS GRUPPE verantwortlich.

### Dialog Lebensversicherung ernennt neuen Vertriebsdirektor Deutschland



Hartwig Haas

(ac) Der Spezialversicherer für biometrische Risiken der Generali in Deutschland, die Dialog Lebensversicherungs-AG, hat Hartwig Haas zum 01.01.2018 zum Vertriebsdirektor Deutschland ernannt. Der bisherige Leiter Produkt- und Vertriebsmanagement hat zusätzlich auch die Verantwortung für die Organisationsdirektion Deutschland-Nord übernommen, deren vorheriger Leiter Guido

Werner aus dem Unternehmen ausgeschieden ist. Haas ist seit 2004 in verantwortlicher Position für den Dialog-Vertrieb tätig.

### HanseMerkur gibt personelle Veränderungen im Vertriebsressort bekannt



Paulo Patricio

(ac) Paulo Patricio übernimmt bei der Versicherungsgruppe HanseMerkur in Hamburg als Organisationsdirektor mit sofortiger Wirkung auch die Leitung der Organisation Makler und Mehrfachagenten Kranken- und Unfallversicherung. Damit tritt er die Nachfolge von Ulrich Hülsmann an, der das Unternehmen nach fast zwanzigjähriger Tätigkeit für die HanseMerkur –

zuletzt als Organisationsdirektor der Organisation Makler und Mehrfachagenten – verlässt, um sich eigenen unternehmerischen Aufgaben zu widmen.

### Münchener Verein schafft neue Position des „Chief Customer Officers“



Rainer Breitmoser

(ac) Zum 01.01.2018 übernimmt Rainer Breitmoser bei der Münchener Verein Versicherungsgruppe die neu geschaffene Position des Chief Customer Officers. Der Volljurist ist schon seit über 20 Jahren bei dem Münchener Vorsorge- und Pflegespezialisten in verschiedenen Führungspositionen tätig, zuletzt als Leiter des Fachbereichs Service.

In seiner neuen Funktion verantwortet Rainer Breitmoser nun zusätzlich zu seinem bisherigen Aufgabengebiet auch den Service der Versicherungssparten Kranken, Leben und HUK/Sachversicherung und berichtet an Vorstandsmitglied und Chief Operating Officer Dr. Martin Zsohar.



Ihr Partner im Mittelstand

## Sicherheit für alle Fälle. Unsere Privat-Haftpflichtversicherung.

- Neuwertentschädigung bis 5.000 Euro für Gegenstände, die nicht älter als zwei Jahre sind.
- Erstattung von Schäden bis 5.000 Euro, die einem Dritten entstehen, wenn der Versicherungsnehmer sein Fahrzeug be- oder entlädt.
- Versicherungsschutz bis 5.000 Euro, wenn der Kunde ein geliehenes oder gemietetes Fahrzeug falsch betankt. Bezahlt werden das Auspumpen des Tanks, das Reinigen der Leitungen und mögliche Folgeschäden.
- Übernahme des Schadenfreiheitsrabatts in der Kfz-Haftpflicht und –Vollkaskoversicherung, sowie einer Selbstbeteiligung bei der Vollkaskoversicherung, wenn der Versicherungsnehmer
  - mit einem fremden Fahrzeug einen Unfall verursacht und einem Dritten einen Schaden zugefügt hat und/oder
  - das fremde Fahrzeug beschädigt hat.
  - Der Versicherungsschutz hierfür beträgt 5.000 Euro.

Besuchen Sie uns auch unter:  
**wuerttembergische-makler.de**

**W&W württembergische**

Der Fels in der Brandung.

### XL Catlin ernennt neues Führungspersonal für Deutschland



Dr. Thomas Götting

(ac) Seit 01.01.2018 ist Dr. Thomas Götting neuer Country Manager Deutschland für die Versicherungssparte von XL Catlin. Er hat die Nachfolge von Dieter Goebbels angetreten, der Anfang 2018 in den Ruhestand gegangen ist. In seiner neuen Funktion wird Götting von Köln aus an Kelly Lyles, Chief Executive Client & Country Management bei XL Catlin, berichten. Er

kommt vom Kreditversicherer Coface, wo er in seiner Funktion als Regional Commercial Director Mitglied des Management Boards Northern Europe Region tätig war.

Zudem ist Norbert Graewin zum Claims Team Leader, Global Lines, ernannt worden. In dieser Funktion ist er für das Schadenmanagement in den Sparten Marine, Aviation, Crisis Management, Contingency, Fine Art & Specie und Equine verantwortlich. Sein Dienstsitz ist München. Graewin kommt von Marsh, wo er zuletzt Leiter der Transportabteilung in München war.



Norbert Graewin

### ILG Gruppe: Langjähriger Geschäftsführer legt seine Mandate nieder

(ac) Nach mehr als 35-jähriger Tätigkeit für die ILG-Gruppe hat der langjährige Geschäftsführer und Gesellschafter der ILG Holding GmbH, Uwe Hauch, zum 30.09.2017 alle Geschäftsführungsmandate niedergelegt. Er bleibt dem Unternehmen aber auch in Zukunft als Berater und Gesellschafter erhalten. Gemeinsam mit dem ILG-Gründer, Dr. Günter Lauerbach, positionierte Hauch das Unternehmen als Spezialisten für großflächige Handelsimmobilien. 2007 erweiterte er den Fokus der ILG um das Segment der Pflegeimmobilien.

Mit Wirkung zum 01.10.2017 ist Dr. Maximilian Lauerbach in die Geschäftsführung der ILG Holding GmbH gewechselt. Er tritt damit an die Seite von Florian Lauerbach, der die Geschäfte der ILG Gruppe in den vergangenen Jahren gemeinsam mit Uwe Hauch führte. Dr. Maximilian Lauerbach leitet seit 2013 das Risikomanagement der ILG Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH. Zuvor war er als Unternehmensberater und Projektleiter für Accenture und CTcon Management Consultants tätig.

## W&W baut drittes Geschäftsfeld auf



Daniel Welzer

(ac) Die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe (W&W) treibt die Digitalisierung des Unternehmens voran und bündelt neue Aktivitäten im Geschäftsfeld W&W brandpool GmbH. Geschäftsfeldleiter und Vorsitzender der Geschäftsführung der W&W brandpool wird Daniel Welzer, bisher Vorsitzender der Geschäftsführung von Arvato CRM Solutions Deutschland in Gütersloh. Welzer wird

auch Mitglied des Management Boards, des zentralen Steuerungsgremiums der Finanzdienstleistungsgruppe.

Die W&W brandpool wird sowohl Innovationen wie „Adam Riese“ steuern als auch neue Ansätze für finanzielle Vorsorgelösungen auf den Weg bringen. Auch die Beteiligung an der treefin AG aus München wird künftig hier verortet. Die W&W-Gruppe hat ihre Beteiligung an der Gesellschaft jetzt von 75 auf 100% aufgestockt. Neuer CEO von treefin wird Manuel Wanner-Behr, der zu dessen Gründerkreis gehört.

## ERGO Gruppe treibt Umbau voran

(ac) Zu Jahresbeginn 2018 geht die Transformation der ERGO Gruppe weiter. Mit Gründung der Gesellschaft ERGO International Corporate Solutions SA (EICS) wird der strategische Ausbau des internationalen Firmenkundengeschäfts vorangetrieben. Zum internationalen Führungsteam der EICS gehören Piotr M. Śliwicky als CEO sowie Markus Hofmann als Chief Market and Sales Officer und Adam Roman als Chief Underwriting Officer. Mit der neuen Aufgabe bei EICS gibt Markus Hofmann den Vorstandsvorsitz der ERGO Versicherung AG ab. Im Rahmen seiner globalen Verantwortung bleibt er dort im Vorstand für den Maklervertrieb zuständig.

Neuer Vorstandsvorsitzender der ERGO Versicherung AG wird Mathias Scheuber. Er war bislang im Vorstand der Allianz Versicherungs-AG für das Schaden-Ressort zuständig. Er folgt Hofmann auch im Vorstand der ERGO Deutschland AG nach. Für die Unternehmensorganisation und Großprojekte bei ERGO Deutschland kommt Johannes Elsner neu in den ERGO-Führungskreis. Er berichtet direkt an den ERGO Deutschland-Chef Achim Kassow. Peter Stockhorst, aktuell Vorstandsvorsitzender der ERGO Direkt Versicherungen, scheidet aus der ERGO Group aus. Den Vorstandsvorsitz übernimmt Sebastian Rapsch, der im Vorstand der DKV zuständig bleibt für die Themen Aktuariat und Produktmanagement Ergänzungsversicherung.

## Verstärkung für Geschäftsführung bei C-QUADRAT Deutschland



Peter Senger

(ac) Peter Senger ist seit Oktober 2017 Mitglied der Geschäftsführung der C-QUADRAT Deutschland GmbH. Gemeinsam mit Andreas Lindner und Jörg B. Hudemann ver-

antwortet er das Deutschlandgeschäft der C-QUADRAT Gruppe. Besonders soll er für den institutionellen Vertrieb zuständig sein. Der Bankbetriebswirt war zuletzt Direktor Sales Institutionelle Kunden bei der Universal-Investment GmbH. Weitere berufliche Stationen von Peter Senger waren HSBC Trinkaus & Burkhardt AG und Antecedo Asset Management GmbH.

## Personalwechsel beim Run-off-Spezialisten Compre

(ac) Wie die Compre Group bekannt gibt tritt der Gründungsdirektor des Abwicklungsspezialisten, Nick Steer, im März 2018 als Group CEO zurück. Er bleibt aber innerhalb der Gruppe und berät als „Non-executive Deputy Chairman“ bei zukünftigen Akquisitionen. Will Bridger, als Managing Director zuständig für Akquisitionen, und Mark Lawson, Managing Director und zuständig für das Aktuariat der Gruppe, werden vorbehaltlich der Zustimmung der zuständigen Aufsichtsbehörden gemeinsam die Rolle als Co-CEOs übernehmen.

### Verstärkung in Deutschland

Zudem verstärkt Philipp Kleyser die Compre Gruppe in Deutschland und wird darüber hinaus Mitglied des Vorstands der Compre Rückversicherungstochter Hamburger Internationale Rückversicherung AG. Er kommt von EY, wo er als Executive Director Transaktions- und Restrukturierungsberatung für die Versicherungswirtschaft in Deutschland und Europa leitete.

# Bessere Lösungen für den Mittelstand...

...mit dem neuen "Kompetenzcenter  
Firmenkunden" der Barmenia.



Mit dem "Kompetenzcenter Firmenkunden" geht die Barmenia neue Wege, um dem hohen Anspruch an individuellen Konzepten, attraktiven Produkten und vor allem einfachen Prozessen für mittelständische Unternehmen gerecht zu werden. Bessere Lösungen - mit einem Service-, Vertriebs- und Innovationscenter für engagierte Firmenkunden-Vertriebe.

Das Kompetenzcenter freut sich auf Ihren Anruf, einfach unter 0202 438-3995 informieren.

**Barmenia**  
Versicherungen



**Hrsg.:** Knut Höra  
**Verlag:** C.H. BECK Verlag  
**Umfang:** 2.142 Seiten  
**Preis:** 239,00 Euro  
**ISBN:** 978-3-406-69738-8

## Münchener Anwalts Handbuch Versicherungsrecht

4., überarbeitete und erweiterte Auflage

Nicht nur Rechtsanwälten, sondern auch Sachbearbeitern von Versicherern sowie Versicherungsvermittlern bietet das Münchener Anwalts Handbuch eine aktuelle Übersicht über das Privatversicherungsrecht – für Rechtssicherheit bei Vertragsschluss, Deckung und Regress. Neben Grundsatzfragen behandelt das Werk sämtliche praxisrelevanten Versicherungssparten wie Sach-, Haftpflicht-, Personen- und Vermögensschadenversicherungen und Mischformen sowie das internationale Versicherungsrecht. Die nun veröffentlichte vierte Auflage des Handbuchs umfasst ein neues Kapitel zur Versicherungsaufsicht und widmet dem Teilbereich „Technische Versicherungen“ ein eigenes Kapitel. Vollständig überarbeitet wurde zudem der Abschnitt zum Rechtsschutzversicherungsrecht, um den ARB 2012 als jüngstes Regelwerk unverbindlicher Musterbedingungen Rechnung zu tragen. Die Checklisten, Praxishinweise und Musterklagen sollen bei der täglichen Arbeit unterstützen.



**Autor:** Ulrike Götze  
**Verlag:** Verlag Versicherungswirtschaft  
**Umfang:** 756 Seiten  
**Preis:** 59,00 Euro  
**ISBN:** 978-3-89952-919-7

## Sachkunde Finanzanlagen

Fachwissen zur Vorbereitung auf die IHK-Sachkundeprüfung für die Finanzanlagenvermittlung nach § 34f GewO

Mit dem neuen Fachbuch gibt Ulrike Götze einen Einblick in die Finanzanlagenvermittlung. Die Autorin stellt offene und geschlossene Investmentvermögen gemäß Kapitalanlagegesetzbuch (KAGB) dar sowie Vermögensanlagen gemäß dem Vermögensanlagegesetz unter Berücksichtigung des Kleinanlegerschutzgesetzes. Die Leser erhalten Informationen zu wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen, zur steuerlichen Behandlung und staatlichen Förderung. Sowohl zur Vorbereitung auf die IHK-Sachkundeprüfung nach § 34f GewO als auch zum Auffrischen von Wissen werden unter anderem folgende Fragen behandelt: Wie gelingt eine moderne, kundenorientierte Anlageberatung? Welche aktuellen rechtlichen Kenntnisse sind Voraussetzung für ein qualifiziertes Beratungsgespräch? Der Verkaufs- und Beratungsprozess rund um das Thema Investmentfondsanlage ist nach den gesetzlichen Anforderungen gemäß Finanzanlagenvermittlungsverordnung dargestellt.



**Autor:** Lars Schäfer  
**Verlag:** GABAL Verlag  
**Umfang:** 208 Seiten  
**Preis:** 24,90 Euro  
**ISBN:** 978-3-86936-794-1

## Verkaufen in digitalen Zeiten

Einfach mal Mensch sein

Im Zuge der Digitalisierung hat sich der Verkauf grundlegend gewandelt. In seinem neuen Buch zieht Lars Schäfer Bilanz, wie sich der Markt, der Kunde und dessen Bedürfnisse verändert haben und wie digital der Verkauf in Deutschland schon ist. Ausgehend von dieser Standortbestimmung verdeutlicht der Autor die Chancen und Möglichkeiten, die sich der Verkaufsbranche durch den digitalen Wandel bieten und wie sich Verkäufer darauf einstellen können. Für Schäfer zählen beim Verkauf in der digitalen Welt mehr denn je Vertrauen und menschliche Beziehungen. In seinem Buch zeigt der Autor auf, welche technischen, vor allem aber welche menschlichen Fähigkeiten Verkäufer erlangen oder optimieren sollten. So müssen Verkäufer Digitalexpertise mitbringen, aber auch mit Kunden umgehen können. Den neuen Verkäufer sieht Schäfer als eine „digital-emotionale Wollmilchsau“, die keine Eier mehr legt, sondern digitalen und emotionalen Herausforderungen gerecht werden muss.

# Plan

*für Denker, Kümmerer, Anpacker  
Fallen Sie aus, springen wir ein.*

## EOS Schulden-Studie 2017: Deutsche sind eher „Immobilien Schuldner“

(ac) 55% der Russen sind „Schuldenvermeider“ und liegen damit vor den Deutschen (45%) und den US-Amerikanern (37%). Das ergibt die „EOS Schulden-Studie 2017“, die untersucht, wie unterschiedlich Menschen im internationalen Vergleich mit Schulden umgehen. Die Studie identifiziert fünf verschiedene Schuldner Typen: den „Sorglosen“, den „Schuldenjunkie“, den „Gelegenheitsschuldner“, den „Immobilien Schuldner“ und den „Schuldenvermeider“.

### „Sorglose“ sind in den USA zu Hause

„Schuldenvermeider“ sind zwar in allen drei Ländern in der relativen Mehrheit – klare Unterschiede lassen sich aber auf den 2. Plätzen erkennen:

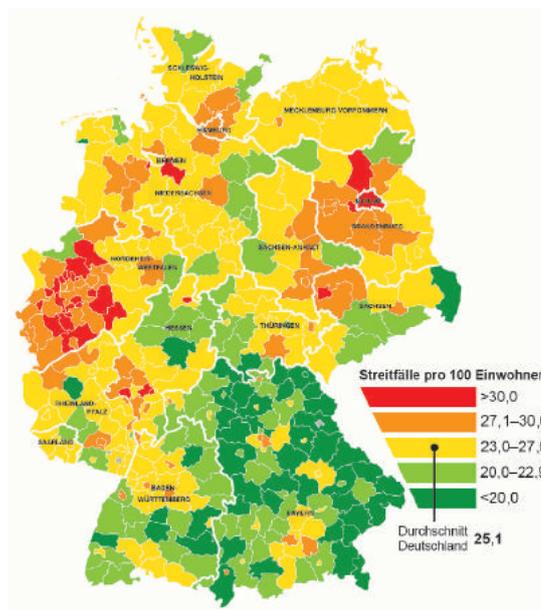
Typisch für Deutschland ist der „Immobilien Schuldner“, der grundsätzlich keine Schulden machen möchte, aber Kredite für den Erwerb von Wohneigentum häufig nicht als richtige Schulden ansieht. Er liegt hierzulande mit 36% auf Platz 2. Die „Sorglosen“, die auch mehrere Kredite zugleich bedienen, liegen in den USA mit 29% auf Platz 2. In Russland dagegen sind die „Gelegenheitsschuldner“ mit 27% der zweithäufigste Schuldner Typ. Jeder vierte Russe empfindet Schulden demnach als emotional belastend, ist aber dennoch bereit, in Notsituationen Ratenkredite aufzunehmen. Der Immobilienkredit spielt in Russland traditionell mangels Wohneigentum nur eine untergeordnete Rolle.

## Großer StreitAtlas 2017 zeigt, wo in Deutschland die Wut wohnt

(ac) „Deutschlands großer StreitAtlas 2017“ ist die Neuauflage einer erstmals im Jahr 2013 durchgeführten Studie. Seit dem Zeitpunkt der ersten Erhebung wurden insgesamt 1,7 Millionen Streitfälle der ADVOCARD ausgewertet. Der Studie zufolge ist das Streitaufkommen bundesweit um 2,8 Prozentpunkte auf 25,1% gestiegen. Berlin streitet, wie auch schon in den Jahren zuvor, unter allen Bundesländern am meisten und liegt inzwischen bei 31,2 Streitfällen pro 100 Einwohner (2014: 29,3). Besonders streitfreudig ist auch Nordrhein-Westfalen, das auf Rang 2 rangiert. Allein sieben Städte in der Liste der Top-Ten-Streitstädte liegen in NRW. Die Bremer hingegen scheinen eher um Ausgleich bemüht zu sein: Das kleinste Bundesland ist das einzige, in dem das Streitaufkommen stabil geblieben ist (-0,3 Prozentpunkte). Unter den Städten ist und bleibt Leipzig Deutschlands unangefochtene „Zoffhochburg“ (33,2).

Die Ursachen für Rechtsstreitigkeiten sind vielfältig. Es lassen sich jedoch fünf Ursachenfelder abstecken, auf denen Streit besonders gut gedeiht: Auf Platz 1 steht das Privatleben (40,1% aller Streitfälle) mit all seinen Facetten, zum Beispiel dem Streit mit dem Reiseveranstalter. An zweiter Stelle folgt der Straßenverkehr (27,9%) – hier liegt auch der stärkste Zuwachs (+3,2 Prozentpunkte). Das Arbeitsumfeld (13,4%) belegt den 3. Platz, auf Platz 4 kommt der Bereich Wohnen (11,2%) und auf 5 Behörden und Finanzen (7,5%).

### In diesen Landkreisen gibt es die meisten Rechtsstreitigkeiten



Quelle: „Deutschlands großer StreitAtlas 2017“, ADVOCARD

### „Mid-Streit-Crisis“ anstatt „Midlife-Crisis“

Menschen zwischen 46 und 55 Jahren streiten sich statistisch gesehen am häufigsten (28,4% aller Streitfälle). Insgesamt nimmt der Anteil an jüngeren Streitenden aber deutlich zu: Vor 15 Jahren (2002) waren junge Erwachsene unter 36 Jahren für nur 3,1% aller Streitfälle verantwortlich – heute sind es bereits 23,7%.



FIRMEN  
DIGITAL

HDI

Firmen Digital

## Wenn der Weg zum optimalen Schutz einfach ist.

Die Zukunft der Gewerbeversicherung beginnt mit Firmen Digital: Denn mit dem neuen Onlinerechner von HDI können Sie aus Basis- und optionalen Bausteinen einfach den richtigen Versicherungsschutz für zehn Branchen zusammenstellen. Besonders profitieren Sie von dem vollständig digitalen Prozess bis zur End-to-End-Dokumentierung: So erhalten Ihre Kunden in nur wenigen Minuten die Police.

# HDI hilft.

## ottonova bietet digitale Zahnzusatzversicherung

(ac) Nach dem Start der digitalen privaten Krankenvollversicherung im Juni 2017 hat die ottonova Krankenversicherung AG nun ihr digitales Portfolio ausgebaut. ottonova bietet einen neuen digitalen Zahnzusatztarif, den auch gesetzlich Versicherte abschließen können. Damit will der Anbieter sein Angebot für gesetzlich Versicherte öffnen, da gerade im Bereich der Zahngesundheit und des Zahnersatzes ein Großteil der Kosten privat übernommen werden müsste, wie ottonova unterstreicht. Bei Fragen zum Tarif steht der Anbieter den Versicherten über die ottonova-App zur Verfügung. Auf Wunsch ist es möglich, Zahnarzttermine digital zu vereinbaren, außerdem informiert die Timeline-Funktion Versicherte über anstehende Untersuchungen und Termine.

Den Zahnzusatzschutz gibt es als Tarif „Zahn Premium“ mit unter anderem folgenden Leistungen: mindestens 80% Erstattung auf alle Behandlungen, 125 Euro jährlich für die Zahnprophylaxe, steigende Erstattung über die Jahre und keine Wartezeiten. Außerdem zahlt ottonova die Kosten für eine osteopathische Leistung, um Ursachen und Folgeschäden des Zähneknirschens zu bekämpfen. Wie der Versicherer zudem mitteilt, übernimmt er den fünffachen Satz der geltenden Gebührenordnung GOÄ/GOZ (Gebührenordnung für Ärzte und Zahnärzte). Infolgedessen könnten Versicherte auch Ärzte konsultieren, die mit einem höheren Gebührensatz abrechnen, was vor allem bei Spezialisten der Fall sein kann.



Im Tarif „Zahn Premium“ gibt es mindestens 80% Erstattung auf alle Behandlungen.

## Chubb steigt in deutschen Pharma-Versicherungsmarkt ein

(ac) Mit Chubb, bereits seit 30 Jahren Mitglied der Pharma-Rückversicherungs-Gemeinschaft (Pharmapool), ist seit 01.01.2018 ein neuer Anbieter im deutschen Pharma-Versicherungsmarkt vertreten. Wie der Rückversicherer bekannt gab, wird er das deutsche Pharma-Geschäft in Übereinstimmung mit dem Gesetz über den Verkehr mit Arzneimitteln (AMG), das die Arzneimittelhaftung der Hersteller regelt, schreiben. Gemäß der gesetzlichen Vorgabe stünden 120 Mio. Euro als Deckungsvorsorge pro Arzneimittel bereit: 6 Mio. Euro der Versicherungssumme werden im Eigenbehalt der Chubb gezeichnet und 114 Mio. Euro in den Pharmapool eingebracht.

Was die Zielgruppe für diese Branchenlösung betrifft, legt Chubb den Schwerpunkt auf mittelständische Pharmaunternehmen mit einem Umsatz von bis zu 500 Mio. Euro. „Wir schreiben weltweit bereits seit vielen Jahren Pharma-Geschäft und verfügen durch unser eigenes Netzwerk über eine entsprechend hohe Expertise, die wir nun auch für den Markt und die Unternehmen in Deutschland nutzen“, betont Andreas Wania, Country President und Hauptbevollmächtigter der Chubb in Deutschland. Speziell Unternehmen des Mittelstandes wolle man mit der neuen Police die Möglichkeit geben, der gesetzlichen Verpflichtung nach Deckungsvorsorge gerecht zu werden, so Wania weiter.

## Versicherer trennen sich von Deutscher Ring Bausparkasse

(ac) Die Basler Versicherungen fokussieren sich im Rahmen der Umsetzung ihrer Unternehmensstrategie verstärkt auf das Angebot von Versicherungs- und Vorsorgelösungen in der Schaden- und Unfallversicherung sowie in der Lebensversicherung auf die Zielsegmente Biometrie und fondsgebundene Altersvorsorge. Dementsprechend hat die Versicherung sich nun von ihrer Beteiligung an der Deutscher Ring Bausparkasse AG getrennt.

### Verkauf an die BAWAG Group

Käufer der Bausparkasse ist die BAWAG Group. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Die österreichische Bank hat ein Memorandum of Understanding mit den Basler Versicherungen unterzeichnet. Darin streben beide Parteien die Fortführung und Ausweitung der Vertriebskooperation in Deutschland an. Eine Minderheitsbeteiligung von 35% an der Deutscher Ring Bausparkasse AG hielt zuletzt auch die SIGNAL IDUNA Gruppe. Sie hat ihre Anteile zeitgleich mit den Basler Versicherungen aber ebenfalls an die BAWAG Group verkauft.

## FM Global entwickelt neue Brandschutzrichtlinien für automatisierte Lagersysteme

(ac) Durch den Einsatz von Lagermaschinen und Shuttle-Systemen in modernen Lagerhäusern ergeben sich zusätzliche Brandgefahren. Der Industriesachversicherer FM Global hat daher neue Richtlinien für Kunden mit automatisierten Lagersystemen entwickelt. Wie FM Global mitteilt, handelt es sich dabei um die Ergebnisse von fünf Jahren Forschungsarbeit. Die Richtlinien wenden sich in erster Linie an Risikomanager und Lagerspezialisten und sollen diese bei der Beantwortung dringender Fragen rund um den Brandschutz unterstützen.

### Strategien und Kostenreduzierung

In den neuen Richtlinien geht es um die Optimierung des Brandschutzes in automatisierten Lagersystemen durch sorgfältige Lagergestaltung, Unterstützung von Nachhaltigkeit dank geringerem Wasserverbrauch sowie den Aspekt der geringeren Kosten für Brandschutzanlagen, Rohrleitungen, Pumpen und Wassertanks. So setzen Unternehmen immer mehr auf automatisierte Prozesse in ihren Lagergebäuden, befüllen diese dichter, stapeln Produkte höher oder nutzen brennbare Kunststoffbehälter, die Wasser aus der Sprinkleranlage auffangen könnten. Die neuen Brandschutzrichtlinien berücksichtigen diese Aspekte. Festgehalten sind die Richtlinien im FM Global Datenblatt zur Schadenminimierung 8-34, „Protection for Automatic Storage and Retrieval Systems (ASRS)“. Die Datenblätter zur Schadenminimierung sind kostenlos auf der Website von FM Global abrufbar.

Anzeige

# NEU: Private Autoinhaltsversicherung



## Schutz für Handy, Wertsachen & Co.

### Was ist versichert?

- Persönliche Gegenstände im Innenraum von PKW bis 3,5 Tonnen, wie z. B. Tablet, Portemonnaie, Smartphone, Handtasche, Gepäck etc.
- Inklusive Wertsachen und Bargeld
- Kosten für Wiederbeschaffung amtlicher Ausweise, EC-/Kreditkarten
- Dienstlich genutzte Gegenstände bis zu 50 Prozent der Versicherungssumme

### Welche Gefahren sind versichert?

- Diebstahl, Raub (auch bei Totalentwendung des Kfz)
- Unfall
- Brand, Explosion
- Sturm, Hagel

Einfach online abschließen unter:  
[www.ammerlaender-versicherung.de](http://www.ammerlaender-versicherung.de)

... einfach eine gute Wahl!



seit 1923

## Ammerländer Versicherung

Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit VVaG

### Basler sichert 3D-Drucker ab

(ac) Die Basler Versicherungen bieten mit ihrer 3D-Drucker-Police ab sofort eine Rundum-Absicherung für die innovative Fertigungstechnologie an. Bereits 1988 kam der erste 3D-Drucker auf den Markt. Zu Beginn nur für die Herstellung von Prototypen oder Modellen eingesetzt, wird die 3D-Druck-Technologie mittlerweile in vielen industriellen Bereichen in der Serienfertigung genutzt und gilt als die Zukunft der automatisierten Fertigung.

Die spezielle 3D-Drucker-Police der Basler setzt sich aus einer Elektronikversicherung mit Sondervereinbarungen zusammen. Das Produkt beinhaltet eine Neuwertentschädigung sowie die Mitversicherung aller Sachgefahren wie Feuer, Leitungswasser, Einbruchdiebstahl und Sturm.

### Schadhafte Druckerzeugnisse sind mitversichert

Außerdem sind schadhafte Druckerzeugnisse mitversichert, also der Teil des Druckauftrages, der durch die Beschädigung eines 3D-Druckers oder aufgrund eines Stromausfalls nicht korrekt gefertigt werden konnte und daher unbrauchbar wurde. Auch Rohmaterialien und Werkzeuge, die infolge eines ersatzpflichtigen Schadens oder eines Stromausfalls nicht mehr verwertbar sind, sind abgesichert. Auch Mehrkosten, die im Schadenfall aufgewendet werden müssten, um eine Betriebsunterbrechung zu vermeiden, sind eingeschlossen.

### INTER bringt Cyberversicherungspaket in Zusammenarbeit mit Norton

(ac) Die INTER Versicherungsgruppe erweitert ihr Produktportfolio und stellt mit dem INTER CyberGuard eine umfassende Versicherung gegen Internetkriminalität vor. Gemeinsam mit dem Partner Norton wurde ein Gesamtpaket entwickelt, das Sicherheitssoftware, finanziellen Ausgleich bei entstandenen Schäden und Expertenunterstützung bei juristischen und persönlichen Fragen enthält.

Ob Betrug beim Online-Banking oder -Shopping, Soft- oder Hardware-Beschädigungen durch Schadprogramme, Datenklau, Folgekosten eines Hackerangriffs oder Cybermobbing – der INTER CyberGuard deckt das gesamte Schadenspektrum ab, bietet eine Absicherung vor finanziellen Schäden und vermittelt auf Wunsch die richtigen Ansprechpartner. Wird beispielsweise rechtswidrig gegen den Willen des Versicherungsnehmers persönliches Bildmaterial im Social Web veröffentlicht, unterstützen Profis nicht nur bei der Löschung der Inhalte; die INTER bietet zusätzlich Beratung durch einen Anwalt und bei Bedarf auch durch einen Psychologen an. Auch Fremdschäden, die infolge eines Identitätsdiebstahls im eigenen Namen entstanden sind, sichert der INTER CyberGuard ab. Die Deckungssumme beträgt je nach Kundenwunsch 10.000 oder 15.000 Euro. Letzteres gilt auch für den Premium-Tarif, der Familien mit bis zu zehn Geräten schützt.

### IDEAL überarbeitet Tarifrrechner für Schadenversicherungen

(ac) Im Sommer hat der Web-Auftritt der IDEAL Versicherungsgruppe einen neuen Look bekommen. Nun ergänzen neue Online-Services das digitale Angebot. Ab sofort können Kunden leichter und intuitiver ihre individuellen Beiträge für Produkte im Sachbereich berechnen und direkt abschließen. Das Facelift betrifft zunächst die Sparten Rechtsschutz, private Haftpflicht und Hundehalterhaftpflicht. Die Überarbeitung im Lebensbereich soll folgen.

Vertriebspartner der IDEAL können die kundenfreundlichere Version des Tarifrrechners auf ihrer Internetseite – wie gewohnt – über den Online-Service einbinden und an ihr Design anpassen. Hierzu muss die Option „B2C“ im Online-Service aktiviert werden.



In dem neu überarbeiteten Tarifrrechner sind neue Online-Services enthalten, die die Abschlüsse für Kunden vereinfachen sollen.

## die Bayerische und Markel bieten Cyberpolice für Unternehmen

(ac) In Zusammenarbeit mit Markel International Deutschland hat die Versicherungsgruppe die Bayerische eine neue Versicherung gegen Cyberschäden für Unternehmen auf den Markt gebracht. Bei der „Cyber Multi Risk“ können sich Firmen ihre Absicherung online zusammenstellen und gleich berechnen. Aufgrund des modularen Bausteinprinzips der „Cyber Multi Risk“ ist es für Unternehmen möglich, einzelne Komponenten je nach Bedarf hinzuzufügen oder abzuwählen. Das neue Produkt bietet sechs beliebig kombinierbare Komponenten, lediglich der Baustein „Cyber-Dateneigenschaden“ ist fester Bestandteil der Police. Der Versicherungsschutz umfasst Beschädigung, Zerstörung, Veränderung, Blockierung oder Missbrauch von IT-Systemen, Programmen oder elektronischen Daten infolge eines Hacker-Einbruchs. Zudem sind die Kosten für die IT-Forensik sowie die Entfernung der Schadsoftware und Installation neuer Sicherheitssoftware enthalten.

### Schutz bei erpresserischen Forderungen

Der Baustein „Cyber-Betriebsunterbrechung“ bietet Deckung, wenn IT-Systeme ausfallen. Zudem können sich Firmen auch gegen erpresserische Forderungen absichern. Für Schutz bei Verlust oder Beschädigung von Kreditkartendaten und -programmen sorgt der Baustein „Cyber-Zahlungsmittelschaden“. Die Komponente „Cyber-Vertrauensschaden“ deckt Vermögenseigenschäden durch vorsätzliche Verwirklichung von Vermögensdelikten wie Betrug, Unterschlagung oder Diebstahl ab. Schließlich sind über die „Cyber-Haftpflicht“ die Folgen von Verstößen gegen Cybersicherheit, Datenschutz sowie Geheimhaltungspflichten und Datenvertraulichkeitserklärungen versichert.

### Jegliche Daten sind mitversichert

Der Versicherungsschutz gilt weltweit und umfasst alle Varianten von Schadsoftware-Infektionen – von Viren über Würmer bis hin zu Trojanern ohne Einschränkung auf gezielte Angriffe. Die Police deckt alle Arten von Cyberangriffen und Cybereinbrüchen ab. Jegliche Daten, vor allem Kundendaten wie Kreditkarten und E-Mail-Accounts, sind in der Cyber Multi Risk mitversichert.

## LV 1871 unterstützt Vermittler beim BRSG

(ac) Zum 01.01.2018 tritt das Betriebsrentenstärkungsgesetz (BRSG) in Kraft. Für Versicherungsmakler bringt das neue Gesetz einige Beratungsimpulse mit sich. Diese hat die LV 1871 herausgearbeitet und auf ihrer Website zusammengetragen. Im bAV-Cockpit unter [lv1871.de/brsg](http://lv1871.de/brsg) gibt der Maklerversicherer einen Überblick, welche Chancen und Änderungen im Rahmen des Betriebsrentenstärkungsgesetzes anstehen und wie diese bestmöglich genutzt werden können. Zudem unterstützen auch bAV-Spezialisten des Unternehmens die Vertriebspartner persönlich.

## Gothaer Kranken bringt Gesundheitsapp

(ac) Seit Ende 2015 ist die Gothaer Rechnungsapp für Kunden der Gothaer Krankenversicherung verfügbar, nun gibt es die neue Gothaer Gesundheitsapp, die neben den bekannten Funktionen der Rechnungsapp exklusive Services rund um das Thema Gesundheit anbietet. Die App kann im AppStore für iOS und im PlayStore für Android heruntergeladen werden.

Neben der Möglichkeit zur Kommunikation mit der Gothaer Krankenversicherung sowie der Einreichung von Belegen per Foto oder Scan stehen verschiedene Services zur Verfügung. Zum Release-Termin werden eine Arztsuche (aktuell nur für iOS möglich), der Kontakt zu Online-Gesundheitscoaches, verschiedene Ratgeber zum Lesen oder Download, persönliche Gesundheitsprogramme zu den Themen Tinnitus und Psyche sowie ein Überblick über die Angebote der Gothaer Krankenversicherung angeboten. Zukünftig sollen auch andere Funktionen wie die Terminvereinbarung beim Arzt und weitere Gesundheitsprogramme folgen.

## Württembergische erweitert Krankenzusatztarif

(ac) Der stationäre Krankenzusatztarif, den die Württembergische im September 2017 auf den Markt gebracht hat, richtet sich an gesetzlich Versicherte, die im Krankenhaus in der Regel in einem Mehrbettzimmer liegen und vom diensthabenden Arzt, also einem Assistenz-, Stations- oder Oberarzt, behandelt werden: Mit dem Tarif der Württembergischen genießt man bei einem Krankenhausaufenthalt die Vorteile eines Privatpatienten wie zum Beispiel eine freie Arztwahl inklusive Chefarzt, die Unterbringung in einem Ein- oder Zweibettzimmer, eine freie Krankenhauswahl sowie die Erstattung von vor- oder nachstationären Behandlungen und ambulanten Operationen.

### Zahlreiche Neuerungen im Leistungsumfang

Neu im Leistungskatalog enthalten sind nun die Kostenübernahme für Wahlleistungen bei einer Anschlussheilbehandlung und Komfortleistungen wie besondere Verpflegungsarten, Sanitärzelle, Telefon, Internet, Radio- und TV-Geräte im Krankenzimmer. Außerdem gilt ein Verzicht auf die allgemeine Wartezeit und es gibt Leistungen für Beleghebammen und -entbindungspfleger sowie eine Erstattung über den Höchstsätzen der GOÄ. Zudem werden die Transportkosten für die Verlegung in ein anderes Krankenhaus innerhalb Deutschlands übernommen.

Zusätzlich zu den Neuerungen im Leistungskatalog gibt es auch folgende Leistungsverbesserungen im Tarif: Das Rooming-in wird nun bis zur Vollendung des 15. anstatt wie bisher bis zur Vollendung des 10. Lebensjahres übernommen. Außerdem gibt es nun 30 Euro Ersatz-Krankentagegeld bei Verzicht auf die Unterbringung im Zweibettzimmer und 50 Euro anstatt wie bisher 30 Euro bei Verzicht auf die wahl- und belegärztlichen Leistungen. Bei einer geplanten Krankenhausbehandlung im Ausland werden Aufwendungen bis 150 Euro je Verweiltag erstattet (bisher: 75 Euro).



Im Falle eines Krankenhausaufenthaltes wird man mit dem im September 2017 eingeführten Tarif der Württembergischen wie ein Privatpatient behandelt.

## InterRisk überarbeitet Website für Kunden und Makler

(ac) Die InterRisk Versicherungen haben ihren Webauftritt sowohl optisch als auch inhaltlich komplett überarbeitet. Dank „Responsive Webdesign“ ist die Website nun auch für die Nutzung auf mobilen Endgeräten optimiert. Mit der Website hat der Maklerversicherer aus Wiesbaden auch den integrierten Partnerbereich überarbeitet. In diesem finden Vertriebspartner die bereits bewährten Tools und Services sowie die aktuellsten Informationen in neuer Optik.

## Continentale bringt vereinfachte bAV-Produkte

(ac) „Ab 2018 wird die bAV noch interessanter“, sagt Thomas Vietze, Leiter bAV im Continentele Versicherungsverband. Bei der Continentele Lebensversicherung gibt es seit Dezember 2017 zusätzlich für neue Kollektive eine individuelle Mischkalkulation und eine vereinfachte Hinterbliebenen-Zusatzversorgung (HIZ).

So berücksichtigt der Lebensversicherer jetzt bei der individuellen Berechnung das Verhältnis von Männern und Frauen. Das Angebot gilt für neue Kollektive ab 50 Personen. Bei der kollektiven HIZ berechnet das Unternehmen die Beiträge nicht individuell, sondern pauschal für das gesamte Kollektiv. So muss der Arbeitgeber keine umfangreichen individuellen Angaben der zu versorgenden Partner einholen. Die HIZ bietet die Continentele für neue Kollektive ab 20 Personen im Rahmen der Unterstützungskasse und der Pensionszusage an.

ERTRAGSSTARKE  
IMMOBILIENBVT Ertragswertfonds Nr. 6  
GmbH & Co. Geschlossene Investment KGFondsobjekt 1: Bürogebäude in Langenfeld,  
Kreis Mettmann, Nordrhein-WestfalenDurchschnittliche  
Ausschüttung  
**5,0 % p. a.**  
der gezeichneten  
Einlage, vor Steuer  
(Prognose)<sup>1,2</sup>Durchschnittliche  
Tilgung  
**2,8 % p. a.**  
anfänglich,  
annuitätisch steigend

## Auf Versicherer wartet eine lange Aufgabenliste

(ac) Die deutschen Versicherer blicken verhalten optimistisch in die Zukunft. 65% der Entscheider rechnen bis 2020 mit einer stabilen Geschäftsentwicklung im Vergleich zur Gesamtwirtschaft. Getrübt wird die Stimmung durch das anhaltend niedrige Zinsniveau, das Personenversicherer wie auch Schaden- und Unfallversicherer gleichermaßen unter Druck setzt. Das zeigt der „Branchenkompass Insurance 2017“ von Sopra Steria Consulting und dem F.A.Z.-Institut, bei dem Führungskräfte der Versicherungsbranche in einem Thinktank zur Diskussion zusammengebracht und darüber hinaus zu Trends befragt wurden.

## Automatisierung und Digitalisierung als Stellschrauben

„Die positiv gestimmten Versicherer schöpfen ihren Optimismus bis 2020 vor allem aus strategischen Weichenstellungen, mit denen sie Produkte und Service für die Kunden verbessern sowie die Kosten senken wollen,“ erklärt Lars Rautenburger, Leiter der Business Unit Insurance bei Sopra Steria Consulting. Einen strategischen Fokus legen die Versicherer auch auf eine durchgängige Automatisierung der Geschäftsprozesse; dies haben 82% der Befragten auf ihrer Agenda. Denn nur 43% bewerten den Grad der Dunkelverarbeitung bislang als hoch. Von stärker automatisierten Prozessen erwarten die Versicherer eine steigende Kundenzufriedenheit und sinkende Kosten. Großes Automatisierungspotenzial birgt laut Studie die Schadenregulierung. Zur Beschleunigung der Prozesse und Kostenreduktion sollen Online-Schadenmeldungen und die Möglichkeit, Dokumente, Bilder und Videos über Schadenapps hochzuladen, künftig Standard sein. Dies verringert den Aufwand für die Begutachtung und erhöht außerdem die Transparenz für Kunden.

Vor allem im Bereich Cybersecurity sehen die Entscheider einen Wachstumsmarkt. Weniger Potenzial bieten nach Ansicht der Befragten dagegen Pay-as-you-behave- und Spontan-Versicherungen. Außerdem setzt fast jeder zweite Entscheider künftig auf Bündel- und Koppelprodukte mit branchenfremden Angeboten.

## Mehr Kontakt zum Kunden

Wie der Branchenkompass außerdem zeigt, streben die Versicherer mehr Kontakt zu ihren Kunden an. Knapp ein Drittel der Befragten will dazu Videoberatung nutzen, einige Versicherer setzen sogenannte Skills für Sprachassistenten wie Amazons Alexa ein, um künftig verbesserten Service rund um die Uhr anbieten zu können.

- Investition in ein Portfolio aus ertragsstarken Immobilien (über Objektgesellschaften)
- Beide Objekte bereits fest angebunden
- Investitionsfokus auf Nordrhein-Westfalen als eine der führenden Wirtschaftsregionen in Deutschland
- Stabilität durch gezielte Risikostreuung über Standorte, Nutzungsarten und Top-Mieter
- Sehr konservativ kalkuliertes Verkaufsszenario
- Hohe Tilgungsleistungen
- Prognostizierte halbjährliche Ausschüttungen von durchschnittlich 5,0 % der gezeichneten Einlage p. a. vor Steuern<sup>1,2</sup>
- Bewährtes Investitionskonzept und langjährig erfahrener Assetmanager BVT vor Ort

<sup>1</sup> Prognosen sind kein verlässlicher Indikator für künftige Wertentwicklungen.

<sup>2</sup> Ausnahme 2026 einmalig 0,8 % p. a.

40 Jahre  
Kompetenz in  
Kapitalanlagen

Wichtige Hinweise: Diese Werbemittelung enthält ausschließlich Kurzinformationen zu dem Beteiligungsangebot. Der Anleger geht mit dieser unternehmerischen Beteiligung eine langfristige Bindung ein. Er sollte daher bei seiner Anlageentscheidung alle in Betracht kommenden Risiken einbeziehen. Die für eine Anlageentscheidung maßgebliche Beschreibung der Risiken und sonstiger wesentlicher Einzelheiten erfolgt im Verkaufsprospekt sowie in den wesentlichen Anlegerinformationen und den Jahresberichten. Diese Dokumente (in deutscher Sprache) sind kostenlos elektronisch und in Papierform erhältlich bei der derigo GmbH & Co. KG, Leopoldstraße 7, 80802 München, [www.derigo.de](http://www.derigo.de).

Mehr erfahren:  
E-Mail: [interesse@bvt.de](mailto:interesse@bvt.de)  
Telefon: +49 89 381 65-206 · [www.bvt.de](http://www.bvt.de)

# Neue Produktwelten und digitale Services für Makler und Kunden

Interview mit Dr. Angelo O. Rohlf, Vertriebsvorstand der VHV Allgemeine Versicherung AG

Im vergangenen Jahr hat die VHV ihre Privathaftpflichtversicherung erweitert. Der Ein-schluss von Drohnen trägt dabei den technischen Entwicklungen Rechnung, der Ein-schluss von Demenz den gesellschaftlichen. Der Versicherer baut seine digitalen Services aus, will aber auch 2018 vor allem auf die persönliche Kommunikation mit Maklern setzen.

**Herr Dr. Rohlf, die Kompositsparten erhalten weiter Auftrieb. Gleichermaßen ist der Markt hart umkämpft. Welche Potenziale sehen Sie für Versicherer und Vermittler?**

Die Kompositsparten sind für den Maklermarkt attraktiver denn je. Speziell die Absicherung von Haftpflichtrisiken, die wesentlich und existenzsichernd für Gewerbe- wie Privatkunden sind, bietet enorme Potenziale. Dabei gilt es, mit den technischen und digitalen Entwicklungen Schritt zu halten, daraus resultierende Risiken zu erkennen und sie in den Versicherungsschutz zu integrieren. Ich nenne als Beispiel das Thema Cybersicherheit, aber auch die Drohnen, die wahrscheinlich unter vielen Weihnachtsbäumen gelegen haben. Für Makler und Vermittler bieten sich hier viele Ansatzpunkte, um den Versicherungsschutz auf den neuesten Stand zu bringen.

**Sind Drohnen die neuen Türöffner? Muss im Beratungsgespräch heute standardmäßig nach einem Drohnenbesitz gefragt werden?**

Unbedingt. Viele Drohnenpiloten wissen eventuell gar nicht, dass sie als Besitzer unabhängig vom persönlichen Verschulden haften müssen, egal ob bei Personen- oder Sachschäden. Deswegen sollte Drohnenbesitz standardmäßig im Beratungsgespräch abgefragt werden. Und auch wer eine Drohne fliegen lässt, sollte prüfen, ob eventuelle Schäden durch die Privathaftpflicht abgedeckt werden. In der Privathaftpflichtversicherung der VHV haben wir dies berücksichtigt.

**Sie versprechen den Kunden in der Privathaftpflicht zudem auch mehr Schutz für niedrigere Beiträge. Haben die Produkte hier nicht bald auch ein Limit erreicht?**

Nein, das denke ich nicht. Unsere Lebensumstände und unsere Lebenswelt verändern sich rasant. Dadurch verändern sich auch die Risiken, denen wir ausgesetzt sind bzw. die wir selbst darstellen. Eine bedarfs- und kundenorientierte Produktwelt wird daher auch in Zukunft eine große Rolle spielen. Egal ob im Standard-Privatkundengeschäft oder im Gewerbe-geschäft: Vermittler und Makler brauchen Beratungs- und Haftungs-sicherheit. Deswegen sollten die Produkte umfangreich und leistungsstark sein, damit sich keine Lücken im Schutz für den Kunden ergeben.

**Abseits von Drohnen und anderem Spielzeug gibt es weitere dringliche Themen. Ein stetig bedeutsameres ist etwa die Demenz. Auch das Thema greifen Sie auf. Wie schätzen Sie die Bedeutung ein?**



„Als Versicherer sollten wir uns nicht nur um technische Weiterentwicklungen in unserer Lebens- und Arbeitswelt kümmern, sondern auch gesellschaftliche Entwicklungen im Blick haben.“

Dr. Angelo O. Rohlf

Als Versicherer sollten wir uns nicht nur um technische Weiterentwicklungen in unserer Lebens- und Arbeitswelt kümmern, sondern auch gesellschaftliche Entwicklungen im Blick haben. Die demografische Entwicklung ist ein gesellschaftsrelevantes Thema und eine Folge davon ist, dass die Menschen heute deutlich älter werden als früher. Damit einher geht aber leider auch, dass immer mehr Menschen dement werden. Können diese Menschen für ihre Handlungen haftbar gemacht werden? Wir haben uns schon vor Jahren entschieden, das Thema „Deliktfähigkeit“ großzügig zu sehen. Hier gab es immer Streit. Wir haben auch schon frühzeitig erkannt, dass die Frage der Deliktfähigkeit nicht auf Kinder beschränkt ist, sondern natürlich auch für demenzkranke Menschen eine Rolle spielen kann. Im PHV Klassik-GARANT sind nicht nur Eltern oder Großeltern mitversichert, die mit im Haus wohnen und betreut werden, sondern auch, wenn sie im Altenpflegeheim oder im betreuten Wohnen leben. Und wenn sie demenzkrank sind und etwas schiefgeht, springt die Privathaftpflicht der VHV selbstverständlich auch ein.

**Die Kompositsparte ist die Sparte, in der am meisten digitalisiert wird. Das gilt auch für die private Haftpflicht. Wie hoch ist der Digitalisierungsgrad bei der VHV?**

Wir sind bereits im Jahr 2016 mit einem ersten digitalen Produkt gestartet: mit unserem TELEMATIK-GARANT kann der Kunde mithilfe einer Telematikbox im Auto seinen Fahrstil online einsehen, ihn optimieren und im besten Fall 30% des Kfz-Beitrags sparen. Digitalisierung ist bei uns ein konzernweites Thema, das uns auch die nächsten Jahre begleiten wird. Als führender Maklerversicherer ist es uns ein Anliegen, Vermittler und Makler mit digitalen Tools bestmöglich zu unterstützen. Schon seit vielen Jahren bieten wir eine umfangreiche Technologieunterstützung für Vertriebspartner, wie zum Beispiel durch das Maklerportal MAX.NET, die Tarifierungssoftware VOKIS, das Maklerverwaltungsprogramm oder auch durch ein Tool zur Online-Beratung. Diese Technologieunterstützung bauen wir kontinuierlich aus.

**Denken Sie auch über Projekte mit künstlicher Intelligenz, Sprachassistenten, Chatbots oder andere Themen nach?**

Ja, wir sammeln zurzeit erste Erfahrungen mit Chatbots im Bereich der Privathaftpflichtversicherung. Dort setzen wir erstmalig den Chatbot „Mia“ ein. Mia wird durch künstliche Intelligenz dazu befähigt, grundlegende Fragen zur Privathaftpflichtversicherung zu beantworten. Und da sie ein lernendes System ist, wird sie immer besser. So wollen wir die Kunden abholen, die sich ihre Informationen schnell im Internet beschaffen, das Produkt aber durchaus offline kaufen wollen. An diesem Punkt sind die Vermittler und Makler gefragt, die ihre Beratung auch an die Wünsche der Kunden nach Schnelligkeit und Verfügbarkeit anpassen müssen. Räumliche Distanz zwischen Vermittler oder Makler und dem Endkunden muss dabei kein Hindernis mehr sein: Wir unterstützen unsere Vermittler und Makler, indem wir flexible Beratungsmöglichkeiten durch ein Online-Beratungstool anbieten. Der persönliche Beratungscharakter bleibt zum Beispiel durch einen Videochat erhalten. Digitale Kommunikation ist dadurch einfach und persönlich zugleich.

„Wir unterstützen unsere Vermittler und Makler, indem wir flexible Beratungsmöglichkeiten durch ein Online-Beratungstool anbieten.“

**Mit dem Blick auf das gerade beginnende Jahr, das – wieder – einige Herausforderungen für Versicherung und Vermittlung mit sich bringt, drängt sich die Frage auf, welche Aufgaben Sie als am dringlichsten ansehen?**

Die VHV wird auch zukünftig auf den Maklervertrieb setzen und unsere Vertriebspartner auf dem Weg der Digitalisierung unterstützen. Im Jahr 2018 werden wir wieder den persönlichen Austausch auf Roadshows oder Messen wie der DKM forcieren. Dieser Austausch ist enorm wichtig und mir ein besonderes Anliegen. Im neuen Jahr wird mit IDD erneut Regulatorik im Fokus stehen. Die daraus folgenden Weiterbildungsanforderungen haben wir zum Anlass genommen, unser Bildungsangebot weiter auszubauen. Neben Technikt trainings, die zu diversen digitalen Services Tipps geben, finden Sie auch Rechtsthemen, die vor dem Hintergrund der IDD-Regelungen zu beachten sind.

Unsere Roadshows starten wir im März. IDD wird auch hier eine große Rolle spielen. Außerdem steht auch die Absicherung von Cyberrisiken auf der Agenda, ein Trendthema in der Branche, welches dieses Jahr mit prägen wird. Auch hier wird die VHV eine attraktive Lösung anbieten. Für die Teilnahme an den Roadshows wird es wieder Weiterbildungspunkte für Vermittler und Makler geben.

Ich freue mich über die große positive Resonanz bei unseren Vertriebspartnern. Aber auch über die konstruktiven Vorschläge, wie wir noch besser werden können. Als Maklerversicherer ist es uns wichtig, die Kommunikation und Interaktion zwischen Versicherten, Maklern und uns als Versicherungsgesellschaft zu optimieren. ■

# Pflegestärkungsgesetze reichen nicht: Die Pflegelücke bleibt



Die drei Pflegestärkungsgesetze haben für die Betroffenen Erleichterungen gebracht. Und trotzdem deckt die gesetzliche Pflegeversicherung nur einen Teil der Pflegekosten ab. Die einzig folgerichtige Lösung ist der Abschluss einer privaten Pflegezusatzversicherung wie der Deutschen PrivatPfleger, die mit weiteren kostenfreien Zusatzleistungen aufwartet.

Im Zuge des Pflegestärkungsgesetzes I (PSG I) haben sich seit Januar 2015 die Leistungen für alle Pflegebedürftigen erhöht, insbesondere in der häuslichen ambulanten Pflege. Einen großen Schritt weiter ging das PSG II, das im Januar 2017 in Kraft getreten ist: Mithilfe der neuen fünf Pflegegrade und des neuen Begutachtungsverfahrens kann die individuelle Pflegebedürftigkeit jetzt viel genauer abgebildet werden. Und es werden nun auch geistige und seelische Erkrankungen im Rahmen der Begutachtung und Einstufung viel stärker berücksichtigt. Ebenso hat der Grad der Selbstständigkeit den „alten“ zeitlichen Pflegeaufwand in Minuten abgelöst. Das PSG III stärkt ab 2017 insbesondere die Rolle der Kommunen in der Pflege. Des Weiteren wurde unter anderem der neue Pflegebedürftigkeitsbegriff in das Sozialhilferecht (SGB XII) aufgenommen.

## Mehr Menschen erhalten Leistungen

Das PSG II zeigt ohne Frage Wirkung: In den ersten drei Quartalen 2017 haben 220.000 Menschen im Vergleich zum Vorjahr zusätzlich staatliche Pflegeleistungen erhalten. Nach Angaben des Bundesgesundheitsministeriums werden mit dem Pflegegrad 1 mittelfristig rund eine halbe Million Menschen erstmals Leistungen der Pflegeversicherung in Anspruch nehmen können. Darüber hinaus stehen jährlich 5 Mrd. Euro zusätzlich für die Pflege zur Verfügung.

## Mehr Geld ist nicht genug: Armutsrisiko Pflegefall

Wer im Pflegefall über hohe Einkünfte und Eigenmittel verfügt, ist auf der sicheren Seite. Wer nicht, und das ist die

deutlich größte Mehrheit, muss nach dem Verbrauch des eigenen Vermögens die Unterstützung des Sozialamts in Anspruch nehmen, die „Hilfe zur Pflege“. Grund dafür ist der hohe Eigenanteil, der im stationären Bereich auf bis zu 3.000 Euro pro Monat steigen kann, je nach Region und Ausstattung des Pflegeheims. Bereits heute beziehen rund 30% der Heimbewohner Sozialhilfe. Das Sozialamt fordert das Geld jedoch von Angehörigen zurück, sofern diese die Pflegekosten anteilig oder komplett übernehmen können. Das gilt für Ehepartner, Kinder und auch Eltern.

## Hohe Vertriebschancen mit verbessertem Angebot

Über 70 Millionen Menschen in Deutschland haben noch keinen privaten Pflegeschutz. Dieses Thema sollte daher in jedem Beratungsgespräch ganz oben auf der Agenda stehen, mit dem Hinweis auf das beträchtliche Risiko des hohen Eigenanteils im Pflegefall. Eine verantwortungsvolle Beratung versteht sich von selbst.

Für Vermittler ist insofern gut zu wissen, dass die vielfach ausgezeichnete Deutsche PrivatPfleger jetzt noch besser ist: Die Kunden bestimmen ihre Pflege selbst: individuell, flexibel und auf die persönlichen Rahmenbedingungen zugeschnitten. Mit der finanziellen Leistung der Deutschen PrivatPfleger schafft der Kunde seine eigene Grundlage, wie und wo er gepflegt werden will. Darüber hinaus sind viele Extras inklusive. Der Online-Abschluss erfordert nur wenige Klicks. Und die entsprechende Courtage zahlt sich aus. ■



Von Dr. Rainer Reitzler, Vorstandsvorsitzender der Münchener Verein Versicherungsgruppe

# ERFOLGE

## ERLEBEN

Mit einem starken Partner.



In der aktuellen Niedrigzins-Phase bieten Baufinanzierungen und Privatkredite überdurchschnittliche Umsatzmöglichkeiten. Besonders, wenn sie so ausgezeichnet sind wie die der DSL Bank. Und das ist nicht der einzige Grund, unser Partner zu werden. Ihre Vorteile:

- ▶ Flexible und innovative Produkte
- ▶ Attraktive Konditionen – z. B. bis 30 Jahre Sollzinsbindung
- ▶ Individuelle Provisionsgestaltung
- ▶ Online-Vertriebsplattform Starpool mit Angeboten der wichtigsten Produktgeber
- ▶ Garantierter Kundenschutz/keine Cross-Selling-Verpflichtungen
- ▶ Stornofreies Privatkreditgeschäft
- ▶ Vielfältige Qualifizierungsangebote, z. B. zu § 34i GewO
- ▶ Bundesweites Servicenetz mit persönlichen Ansprechpartnern

**Werden Sie jetzt Partner der DSL Bank und nutzen Sie unsere Angebote für Ihren Erfolg!**

Telefon: 0228 889-71100 · E-Mail: [kontakt@dslbank.de](mailto:kontakt@dslbank.de)  
[www.dslbank.de/partner](http://www.dslbank.de/partner)

**DSL | Bank**  
Partnerbank der  
Finanzdienstleister

# „Wir werden 2018 mit den neuen Produkten richtig durchstarten“

Interview mit Dr. Dr. Michael Fauser, Vorsitzender des Vorstands der ERGO Lebensversicherung AG

Die ERGO wickelt ihre klassischen Lebensversicherungsbestände nun doch intern ab. Nach der Diskussion um die Altbestände schickt ERGO vier neue Vorsorgeprodukte ins Rennen. Damit sollen verloren gegangene Marktanteile zurückgewonnen werden.

**Herr Dr. Fauser, genauso überraschend wie die Nachricht, dass ERGO ihre klassischen Lebensversicherungsbestände verkaufen wolle, kam Ende November dann die Entscheidung, dass die Bestände nicht verkauft werden. War es viel Aufregung um nichts?**

Wir haben genau das getan, was wir angekündigt haben: ERGO hat den Run-off-Markt sondiert, um herauszufinden, ob ein Verkauf eine tragfähige Option sein könnte. Bis Ende November haben wir die eingegangenen Angebote geprüft. Die Angebote spiegeln den derzeitigen Wert des Bestands sowie dessen Wertentwicklungspotenzial nicht angemessen wider. Deswegen hat ERGO entschieden, den Verkauf nicht weiter zu verfolgen.

**Was bedeutet dies nun für die Kunden mit Altverträgen?**

Die vertraglichen Rechte unserer Kunden waren und bleiben auf jeden Fall unberührt. Ihr Vertragspartner ist weiterhin die ERGO Lebensversicherung AG beziehungsweise die Victoria Lebensversicherung AG oder die ERGO Pensionskasse AG.

„Diese Flexibilität in der Kapitalanlage – das Sicherheitsbedürfnis ändert sich ja auch durchaus im Laufe eines Lebens – ist einzigartig im deutschen Markt.“

Wir werden nun im Januar die Verwaltung der Klassik-Bestände vom Neugeschäft organisatorisch innerhalb von ERGO abtrennen und dafür eine neue interne Organisationseinheit gründen. Die sorgt dann für eine effizientere und qualitativ hohe Bearbeitung. Zusätzlich arbeiten wir an der Modernisierung der IT-Systeme.

**Rechnen Sie trotzdem mit einem längerfristigen Reputationsschaden?**

Natürlich löst das Thema Run-off Ängste aus, weil die Probleme der Niedrigzinsphase sehr deutlich werden. Da wir unsere Pläne ganz offen kommuniziert haben und die Interessen der Kunden in keinem Fall berührt waren und sind, kann ich mir einen längerfristigen Reputationsschaden nicht vorstellen.

**Was können Sie uns jetzt schon zu der Entwicklung des Neugeschäfts im vergangenen Jahr sagen?**

Es stimmt, ERGO hat in den vergangenen Jahren im Neugeschäft in der Lebensversicherung Marktanteile verloren. Diesen Trend werden wir stoppen und umkehren. Und ich bin zutiefst überzeugt, dass wir das schaffen werden. Wir haben Ende 2017 eine große Produktoffensive gestartet und werden 2018 mit den neuen Produkten richtig durchstarten.

**Wie sieht diese Offensive aus?**

Ende 2017 haben wir gleich vier moderne Vorsorgeprodukte ins Rennen geschickt. Alle Produkte bieten eine lebenslange Rente und eine hohe Flexibilität in der Sparphase. Bei ERGO Rente Index für die private und ERGO Betriebs-Rente Index für die betriebliche Altersversorgung fließen die Beiträge in das klassische Sicherungsvermögen und sind zum vereinbarten Rentenbeginn zu 100% garantiert. Gleichzeitig können sich die Kunden mit ihrem Vertragsguthaben an einem für ERGO entwickelten weltweiten Multi-Asset-Index der Munich Re beteiligen. Für Kunden, die stärker an der Kapitalmarktentwicklung teilhaben wollen, bieten wir ERGO Rente Balance an. Hier kann der Kunde die Sparbeiträge sowohl in Investmentfonds als auch im klassischen Sicherungsvermögen anlegen. Die Kunden bleiben jedoch, und das ist einzigartig am Markt, flexibel: Sie können ihr Geld zu jeder Zeit in das klassische Sicherungsvermögen umschichten und wie oben erläutert am Index partizipieren. Zusätzlich können sie mit der Option IndexPlus jährlich einen kleinen Anteil ihres klassischen Vertragsguthabens – 2% – verwenden, um damit an der Entwicklung des bereits erwähnten Index der Munich Re deutlich stärker zu partizipieren. Der Weg von Fonds

zum Sicherungsvermögen ist keine Einbahnstraße: Kunden können aus dem Sicherungsvermögen auch wieder zurück in Fonds wechseln. Diese Flexibilität in der Kapitalanlage – das Sicherheitsbedürfnis ändert sich ja auch durchaus im Laufe eines Lebens – ist einzigartig im deutschen Markt.

Nicht zuletzt haben wir auch eine neue Risikolebensversicherung im Angebot, die sich durch einen interessanten Mix aus preisgünstigen und leistungsstarken Tarifen auszeichnet. Der Grundschutz der neuen ERGO Risikolebensversicherung zählt im Prämienvergleich zu den günstigsten Angeboten am Markt.

### Wo genau ordnen Sie die Produkte für die Altersvorsorge am Markt ein?

ERGO Rente Index und ERGO Betriebs-Rente Index gehören zum etablierten Segment der Index-Policen. Sie zeichnen sich vor allem durch den von uns verwendeten Index der Munich Re aus. Er investiert weltweit in Aktien, Zinsanlagen, Immobilien und Rohstoffe, deckt damit alle wesentlichen Anlageklassen ab und sichert sich gleichzeitig durch die diversifizierte Anlage ab. Wegen der breit verteilten Anlage schwankt der Index weniger stark als ein reiner Aktienindex wie der Dax, bietet aber trotzdem gute Renditechancen. ERGO Rente Balance hat ein komplett neues Produktkonzept. Hier kann der Kunde sich flexibel zwischen einem Garantierprodukt und einer fondsgebundenen Versicherung bewegen. Außerdem kann er die Ertragschancen des Munich Re Index nutzen. Wie gesagt, mir ist kein anderes Produkt bekannt, das diese vielfältigen Möglichkeiten bietet und derart flexibel ist.

### Wen sprechen Sie damit an?

In der privaten Altersvorsorge eignen sich unsere neuen Produkte für jeden, der privat für den Ruhestand vorsorgen will. Die Entscheidung, welches Produkt genau passend ist, hängt von der Risikobereitschaft ab. In der betrieblichen Altersversorgung haben wir ERGO Betriebs-Rente Index so aufgesetzt, dass es einerseits als Direktversicherung die optimale Lösung für das Breitengeschäft ist, zumeist als Gehaltsumwandlung.

Andererseits passt es auch ideal für das Geschäft mit größeren Volumina in der Unterstützungskasse oder Direktzusage. Mit Einführung der neuen Indexrente können wir Geschäftsführung, Fach- und Führungskräfte sowie die gesamte Belegschaft mit einheitlichen, modernen Produkten versorgen.

**Der Verzicht oder zumindest Teilverzicht auf Garantien macht einem Teil der Branche Sorgen: Ein zu starker Rückzug würde eines der wichtigsten Assets der Lebensversicherung zunichtemachen. Sollten sich Lebensversicherer in diesem Sinne tatsächlich mit Fondsanbietern messen?**

Beim Wettbewerb zwischen Lebensversicherern und Fondsgesellschaften wird häufig übersehen, dass hier Produkte zur Altersvorsorge mit Produkten zur Vermögensbildung verglichen werden. Das ist ein Äpfel-Birnen-Vergleich. Bei ERGO wollen wir uns nicht mit Fondsanbietern messen, sondern mit ihnen zusammenarbeiten. Außerdem bieten wir selbst aktiv Investmentfonds und Sparpläne an. Unsere Vermittler können somit zu allen Anforderungen eines Kunden zum passenden Produkt beraten – egal ob es um Altersvorsorge oder Vermögensbildung geht.

### Wird 2018 das Schicksalsjahr der Lebensversicherer?

Das klingt mir zu dramatisch. Natürlich gibt es Herausforderungen, vor denen die Branche steht, aber mit unserer neuen Produktpalette können wir unseren Kunden auch in Zeiten niedriger Zinsen attraktive Angebote machen.

### LVRG 2, Zinszusatzreserve, Run-off-Gedankenspiele und neue politische Konstellationen – das ist aber durchaus eine interessante Gemengelage, oder nicht?

Das ist richtig. Aber dies bietet aus meiner Perspektive auch viele Chancen, und die wollen und werden wir ergreifen. Ein weiteres großes Thema ist die Digitalisierung. Bei ERGO arbeiten wir sehr intensiv daran, die Möglichkeiten, die sich daraus ergeben, im Sinne unserer Kunden einzusetzen. ■



Dr. Dr. Michael Fauser



# Ausdauer, Aufklärung und etwas Mut – Was es für Erfolg in der bKV braucht

Zwischen dem Start als Tiger und der Landung als Bettvorleger liegt ein eleganter Flug, in dessen Verlauf sich das Schicksal entscheidet. Wie der Flug der betrieblichen Krankenversicherung (bKV) ausgeht, ist zwar nicht entschieden, die Barmenia verspricht sich aber deutlich mehr von dem Produkt als ein Ende auf dem Fußboden, trotz einiger Herausforderungen.

**Z**wischen Erwartung und Wirklichkeit im bKV-Markt klafft eine Lücke. Woran liegt das? Sind die Produkte etwa unattraktiv gestaltet? Verstehen Kunden das Angebot nicht? Geht die bKV gar am Bedarf vorbei? In allen Fällen: absolut nicht!

Vielmehr liegt die Ursache im Ruf der bKV, und das gleich in zweierlei Hinsicht: Entweder sie hat gar keinen Ruf – sprich, sie ist als modernes Personalinstrument weitgehend unbekannt. Laut einer Studie wissen rund zwei Fünftel der Unternehmen in Deutschland nicht, dass die bKV überhaupt existiert, geschweige denn, welche Möglichkeiten sie bietet. Oder aber die Betriebe erinnern sich an starre Altprodukte und winken bei dem Thema ab.

Wer als Vermittler mit der bKV punkten will, braucht daher vor allem eines: Ausdauer. Denn bevor die bKV zum Standardangebot eines jeden Unternehmens gehören wird, müssen Vermittler sie bekannter machen und mit Vorurteilen aufräumen. Es gilt dabei, über jüngste Innovationen aufzuklären, Bedürfnisse der Zielgruppe zu verstehen, passgenaue Angebote zu entwickeln und Unternehmen professionell zu betreuen.

## Mit Vorurteilen aufräumen und Innovationen betonen

Das Vorsorgeangebot moderner Versicherer hat sich in den letzten Jahren stark entwickelt – bis hin zur telemedizinischen Beratung, wie sie etwa die Barmenia durch ihre exklusive Partnerschaft mit der TeleClinic ermöglicht.

Arbeitgeber bieten ihren Mitarbeitern damit einen mobilen Zugang zu Fach- und Allgemeinärzten, rund um die Uhr. Per

Telefon- oder Videoanruf können sie umgehend klären, wie bei bestimmten Beschwerden zu verfahren ist. Das kommt etwa Eltern zugute, die wegen Kinderarztbesuchen immer mal wieder fehlen müssen – und jetzt so manches Problem vorab telefonisch klären können. Nicht minder profitieren auch Vielflieger, die den Arzt stets im Gepäck haben, egal wo die Dienstreise hinführt. In einer Gesellschaft, in der Menschen beruflich immer flexibler sind und Zeit Mangelware ist, stellt das telemedizinische Angebot eine wichtige Innovation dar.

Auch in Sachen Flexibilität hat sich bei der bKV viel getan, was für Firmenkunden attraktiv ist: Vorsorge-Gutscheine erklären sich mittlerweile selbst, steuern sich selbst und rechnen sich selbst ab – und sie sind flexibel buchbar. Statt einer standardisierten Lösung können Arbeitgeber nun je nach Bedarf aus einem modularen Angebot von Allgemein-, Manager- und Erschöpfungsvorsorge auswählen. Starre Altverträge? Vergangenheit! Das sollten Vermittler immer wieder betonen, wenn sie mit der modernen bKV durch die Tür treten.

## Mittelständische Unternehmen als Zielgruppe für das bKV-Geschäft

Immer häufiger geraten Betriebe durch den Fachkräftemangel unter Druck, immer häufiger wollen sie sich mit attraktiven Angeboten von ihrer Konkurrenz abheben. Besonders betroffen sind kleine und mittelständische Unternehmen (KMU): 78% beklagen mittlerweile Schwierigkeiten, qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen.

Für den deutschen Mittelstand ist die bKV genau deshalb das richtige Personal-Instrument: Mit ihrem erschwinglichen Angebot bietet sie bereits für geringe monatliche Beiträge eine gesundheitliche Vorsorge auf Privatpatienten-Niveau. Vermittler, die im bKV-Geschäft Erfolge erzielen wollen, sollten das Profil dieser Zielgruppe verstehen und individualisierte Lösungen für KMU anbieten.

Am Geld dürfte es nicht scheitern, investieren die Unternehmen zugleich doch in immer buntere Benefits: Um qualifizierte Mitarbeiter zu locken, wird schon mal der Büro-Kühlschrank mit frischen Smoothies gefüllt, eine gemütliche Sofaecke eingerichtet oder eine Spielwiese für die Haustiere aufgebaut. Die Extras mögen ihren Wert haben – aber zur umfassenden Gesundheit der Belegschaft tragen sie sicher kaum bei.

Viele Versicherer verfolgen schon heute das Ziel, „bessere Lösungen für den Mittelstand“ zu schaffen. Die Barmenia etwa unterstützt Makler dabei, unternehmensindividuelle bKV-Konzepte für KMU zu entwerfen – und konzentriert sich besonders auf die vielversprechenden Wachstumssegmente IT, Dienstleistung, Digitalisierung, Gesundheit, Forschung und Entwicklung.

## Durch professionelle Betreuung zum Erfolg

Wichtig ist gerade im Mittelstand, den Implementierungsprozess der bKV aktiv zu begleiten. Wer als Makler im bKV-Geschäft einen langen Atem beweist und eine hochprofessionelle Begleitung vom Erstgespräch bis hin zur Kommunikation an die Mitarbeiter anbietet, wird auf eine höchst dankbare Zielgruppe treffen.

Denn erfolgreiche bKV-Vermittler erkennen die Bedürfnisse ihrer Kunden – und die der verschiedenen Gesprächspartner, auf die sie in Unternehmen treffen. So muss ein erfolgreicher Vermittler etwa den Finanzleiter für die Bereitstellung eines bKV-Budgets gewinnen, während der Betriebsrat auf Interessen der Arbeitnehmer achten wird und der Personalchef durch möglichst schlanke Produktabwicklungen zu begeistern ist.

Vermittler können bei diesen Prozessen auf Unterstützung zählen: Manche Versicherer bieten gar eigene Expertenteams, die Vermittler bei der Umsetzung der Produkte beraten oder sie mitunter persönlich zu Kundengesprächen begleiten. Zum Standard solcher Angebote gehört auch, die nötigen Planungs- und Berechnungsinstrumente zur Verfügung zu stellen, zum Beispiel PDF-Dateien zu allen Themen, die für den Vertrieb wichtig sind – von der Konzeption des Rahmenangebots über Steuerfragen bis hin zum spezifischen bKV-Geschäft mit KMU.

## Ein Blick in die Zukunft des bKV-Geschäfts

Die bKV wird auch in den nächsten Jahren an Bedeutung gewinnen. Besonders vor dem Hintergrund alternder Belegschaften und steigender Fehlzeiten wächst für Unternehmen der Druck, Fach- und Führungspersonal zu gewinnen und zu binden – und damit ihre Bereitschaft, in moderne Personal-Instrumente zu investieren. So gibt jedes fünfte mittelständische Unternehmen in Deutschland mittlerweile an, in den kommenden Jahren sein Budget für die Gesundheit der Mitarbeiter erhöhen zu wollen.

Für Versicherungsmakler bedeutet das: Nur Mut! Denn gerade jetzt bietet das bKV-Geschäft die einmalige Chance, in einen Markt mit enormem Wachstumspotenzial einzusteigen und sich durch professionelle Beratung und passende Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen frühzeitig von der Konkurrenz abzuheben. ■

Von Daniel Schmalley, Leiter des Kompetenzcenters Firmenkunden bei der Barmenia



# Generali German Desk – Risiken in Mittel- und Osteuropa absichern

Interview mit Hans-Peter Klebe, Head of Generali Global Corporate & Commercial Germany

Rund ein halbes Jahr ist der „German Desk“ ([www.generali.de/germandesk](http://www.generali.de/germandesk)) der Generali nun am Markt. Das Ziel ist es, Versicherungsmakler bei der Risikoabsicherung von deutschen Firmen, die in Mittel- und Osteuropa aktiv sind oder werden wollen, zu unterstützen.

## Herr Klebe, was ist die Idee hinter dem German Desk?

Unser Angebot besteht aus länderspezifischen Versicherungsangeboten, Brancheninformationen und Berichten über den gewerblichen/industriellen Versicherungsmarkt in den mittel- und osteuropäischen Ländern. Wir als Generali haben in allen CEE-Ländern – also Bulgarien, Kroatien, Tschechien, Ungarn, Polen, Rumänien, Serbien zusammen mit Montenegro, Slowakei und Slowenien – unseren German Desk installiert, der Unternehmen bei Fragen rund um Versicherungen vielfältig unterstützt und behilflich ist, Risiken in diesen Ländern zu versichern. Dank des German Desk

„Dank des German Desk erhalten deutsche KMU über ihre deutschen Vermittler Zugang zu Dienstleistungen und Einrichtungen, die bisher internationalen Großkonzernen vorbehalten waren.“

erhalten deutsche mittelständische Unternehmen über ihre deutschen Makler und Vermittler einen unkomplizierten Zugang zu Dienstleistungen und Einrichtungen, die bisher internationalen Großkonzernen vorbehalten waren. Wir sind davon überzeugt, dass wir hier eine Lösung schaffen, die bisher einzigartig ist.

## Wie hoch ist das Potenzial bei den Unternehmen?

Hoch, zum Teil sogar sehr hoch. Verschiedene Studien zeigen, dass heutzutage rund 10% aller Investitionen deutscher Unternehmen nach Osteuropa gehen. Die Gründe sind vielfältig: So spielen auf der einen Seite die günstigen Arbeitskosten vor Ort sowie die hohe Produktivität eine wichtige Rolle für die aktuelle Entwicklung. Hinzu kommt, dass sich das Wirtschaftswachstum in den BRIC- und Schwellenländern in der vergangenen Zeit verlangsamt hat. Wir gehen davon aus, dass diese Entwicklung weiter zunehmen wird. Deutsche Unternehmen expandieren nach Osteuropa – und benötigen hier einen geeigneten und nahtlosen Versicherungsschutz, bei dem ihnen unser German Desk behilflich sein kann und Lösungen bereithält.

## Welche besonderen Risiken haben die Unternehmen?

Bei einem Engagement im mittel- und osteuropäischen Raum sind viele internationale und lokale Vorschriften zu beachten. Es kann Sprachprobleme geben; Compliance-Anforderungen wie auch Rechts- und Steuersysteme sind zum Teil hochkomplex.

Es sind aber nicht nur die lokalen Vorschriften, sondern auch die notwendige versicherungstechnische Vernetzung mit den Hauptverträgen der Muttergesellschaft. Durch die lokale Police kann ein lokaler Geschäftsführer in Landessprache optimal mit seinem Versicherer zusammenarbeiten. Damit wird er den Gegebenheiten vor Ort gerecht, bei gleichzeitiger Vernetzung mit der Muttergesellschaft. Der Versicherungsschutz ist so bedarfsgerecht aufeinander abgestimmt.

## Wo liegen die Feinheiten der Länder?

Das optimale Zusammenspiel mit Pflichtversicherungen, lokalen Gesetzen, aber einfach auch die Marktgepflogenheiten müssen in jedem Land berücksichtigt werden. Das alles ist nicht nur bei der Vertragsgestaltung, sondern auch bei der lokalen Schadenregulierung von großer Wichtigkeit für den Unternehmenserfolg im jeweiligen Land.

## Welche Bereiche werden über den German Desk abgedeckt?

Am German Desk bewerten wir für Unternehmen Sachversicherungen wie zum Beispiel Gebäude-, Inhalt- oder Betriebsunterbrechungsversicherung. Natürlich bieten wir auch komplexe Haftpflichtversicherungen an. Auch Vorschläge für technische Versicherungen, vom Smartphone über die Photovoltaikanlage bis zur Baumaschine, erarbeiten wir hier. Weitere lokal notwendige Versicherungen runden das Angebot ab. Das in dieser Form einmalige Angebot für deutsche Unternehmen ermöglicht optimalen Schutz und schnelle Schadenregulierung bei einem Engagement in CEE-Ländern.

## Sie sprachen vorhin von länderspezifischen Versicherungsangeboten. Wie ist das zu verstehen?

Die einzelnen Länder arbeiten im Versicherungsbereich durchaus sehr unterschiedlich. Wir haben für diese zehn Länder einen Generali Country Guide erstellt. Dieser Country Guide soll einen ersten Überblick über gravierende Unterschiede aufzeigen. Hier wird speziell auf das Versicherungsrecht, die Marktpflogenheiten, aber auch auf Unterschiede im Versicherungsschutz des jeweiligen Landes eingegangen.

## Es gibt Makler, die sich scheuen, Gewerbekunden ins Ausland zu begleiten. Wie können Sie Ängste abbauen?

In der Tat gibt es noch Makler, die sich bei Auslandsaktivitäten verhalten zeigen. Daher bieten wir den Maklern für jedes Land einen persönlichen Ansprechpartner an. Der Generali Country Guide beantwortet rechtliche, steuerliche und marktbezogene Fragen. Damit bieten wir Versicherungsmaklern umfangreiche Services wie gleichzeitig leistungsstarke Produkte für ein Engagement in einem boomenden Markt.

Durch unsere Organisation kann jetzt direkt mit unseren lokalen GC&C Kollegen der Versicherungsschutz angeboten werden. Durch einen strukturierten Prozess ist eine auf den Kunden zugeschnittene Versicherungslösung darstellbar. Internationale Maklernetzwerke stellen eine sehr gute Möglichkeit dar, global vernetzten Versicherungsschutz für die Kunden aufzubauen. Wir können ergänzend einzelne lokale Lösungen aufbauen und internationale Programme anreichern. Die lokale Generali Gesellschaft korrespondiert also grenzüberschreitend und organisiert auch die jeweils vereinbarten Courtagen mit dem Berater oder Makler des Kunden.

## Was ist denn dann der Unterschied zu internationalen Maklernetzen?

Internationale Kunden benötigen in jedem Fall eine Begleitung in risikotechnischer Sicht in jedes Land. Es ist demnach kein Unterschied, sondern eine Ergänzung: Der GC&C German Desk kann von Kunden, Maklern oder auch interna-

tionalen Maklern in Netzwerken genutzt werden. Interessanterweise kann die lokale Versicherungslösung jetzt auch eine für die Kunden werden, für die bisher der Aufbau eines integrierten internationalen Programms zu komplex und zu teuer war.

## Welche Voraussetzungen müssen Makler erfüllen, um tätig zu werden?

Die Nutzung des German Desk ist einfach und ergibt sich aus der EU-Richtlinie zur Dienstleistungsfreiheit. Voraussetzung ist eine Registrierung und Zulassung als Vermittler in Deutschland bei der IHK. Der Zulassungsprozess ist schnell, transparent und unkompliziert.

## Wie sehen die Prozesse für Makler dann konkret aus?

Dieser Prozess ist für alle CEE-Länder in deutscher und lokaler Sprache möglich und länderübergreifend einheitlich gestaltet. Angebotsabgabe, Vertragsabschluss und Policierung erfolgen in Landessprache und Deutsch. Dadurch sind die lokale Geschäftsführung wie auch die Muttergesellschaft und der beratende Makler jederzeit vollumfänglich informiert. Bei der Schadenbetreuung verläuft der Prozess identisch.

Neben den genannten Basissparten Sach-, Haftpflicht- und technische Versicherungen bieten wir beispielsweise auch Autoversicherungen an. Spezieller lokaler Versicherungsbedarf wird oft auch von der lokalen Geschäftsführung eingekauft und in der Landessprache beraten und vorgehalten.

## Sind denn alle Dokumente in deutscher Sprache erhältlich?

Bei Risikoerfassung und Vertragsabschluss liefern wir den Vertrag in zweifacher Ausfertigung an die deutsche Muttergesellschaft und bzw. oder den Makler – nämlich in der lokalen Landessprache und in Deutsch oder Englisch.

## German Desk gehört zur Generali Global Corporate & Commercial, die seit 2016 in Deutschland ist. Welche Pläne folgen?

Unsere Strategie und unser Plan ist es, in Deutschland ein attraktiver Geschäftspartner für die Industrie zu werden. Wir wollen im intensiven Austausch mit unseren Kunden auch individuelle Lösungen zur Abdeckung ihrer Risiken erarbeiten. Unser schnell und pragmatisch agierendes Netzwerk stellt hier auch einen wichtigen Wert unserer Dienstleistung dar. In diesem Jahr haben wir neben den verschiedenen Sparten auch unseren Bereich „Claims und Risk Engineering“ ausgebaut. Diese beiden Bereiche runden unser Angebot für die deutsche Industrie und den Mittelstand ab.

Wir wollen konsequent unseren ursprünglichen Plan weiterverfolgen und neben pragmatischen und effizienten Prozessen ein pragmatischer und verlässlicher Partner für Makler und Industrie sein. ■



Hans-Peter Klebe

# Die Initiative Mehrwert – Lösungen für Mittelständler und Verbände

Die Versicherungsgruppe die Bayerische hat mit acht Kooperationspartnern das Portal „Initiative Mehrwert“ ins Leben gerufen. Die Initiative richtet sich an Verbände und Mittelständler. Gleichermäßen will das Portal Makler erreichen, um ihnen eine erfolgreichere und umfassendere Bearbeitung von Gewerbekunden zu ermöglichen.

**E**in großes Netzwerk, Austausch von Erfahrungen, politische Interessenbildung, Vorteilsprogramme – womit punkten Verbände? Jeder der aktuell rund 15.000 Verbände in Deutschland steht vor der Herausforderung, kontinuierlich neue Mitglieder zu gewinnen, um die eigene Schlagkraft zu erhöhen. Eine Lösung hierfür ist, zusätzliche Dienste in einer einheitlichen Online-Plattform zu bündeln. Mit Angeboten, die den Nutzern sofort einen erkennbaren Vorteil bieten – sei es mit geldwerten Benefits, durch effiziente Kommunikation mit allen Beteiligten oder den kostengünstigen Zugang zu Fachexpertise. Die Initiative Mehrwert, die sich im vergangenen Oktober auf der DKM 2017 erstmals präsentierte, setzt genau hier an.

## Mehrwerte für verschiedene Gruppen

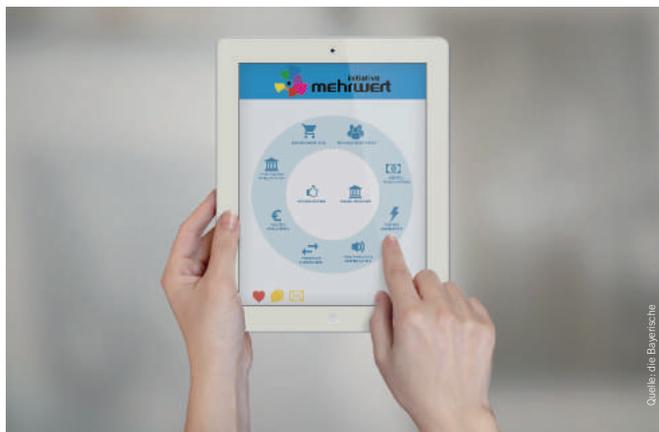
Am Anfang stand, wie der Name der Initiative bereits signalisiert, die Idee, Mehrwert für Verbände und Unternehmen zu schaffen.

Am Anfang stand die Idee, Mehrwert für Verbände und Unternehmen zu schaffen. [...] Ein weiterer Gedanke war, das Portal als „Maklerportal“ anzubieten.

Und zwar sollte der so angelegt werden, dass er nachhaltig ist und wirkt. Verbände und Unternehmen sind demnach die Adressaten

des Verbandsportals, welches auch als Mitarbeiterportal fungieren kann. Im ersten Schritt bilden Wirtschaftsverbände als Schnittstelle zu Unternehmen die primäre Zielgruppe.

Der Bundesverband Werteorientierter Mittelstand Deutschland e.V. (WEMID), ein im Jahr 2017 gegründeter Verband,



Die „Initiative Mehrwert“ ist eine Online-Plattform für Verbände, Makler und Firmen und bietet geldwerte Benefits, Vernetzung und Expertise.

dem mittlerweile über 650 Unternehmer und Führungskräfte in ganz Deutschland angehören, nutzt das Verbandsportal bereits als Pilotverband. Die Initiative Mehrwert ist zudem mit weiteren Verbänden in Verhandlungen.

Ein weiterer Gedanke war – wie auf der DKM 2017 bereits erfolgreich umgesetzt –, auch Makler anzusprechen und das Portal als „Maklerportal“ anzubieten. Maklern wird damit eine erfolgreichere und umfassendere Bearbeitung von Gewerbekunden ermöglicht.

## Welcher Mehrwert für Verbände, Unternehmen und Makler?

Verbänden und Unternehmen Mehrwert zu bieten, das ist das Hauptziel der Initiative. Welche Vorteile haben Nutzer der Plattform also? Dieses innovative und werthaltige Angebot verstärkt für Verbände nicht nur die Mitgliederbindung, sondern vereinfacht auch die Mitgliedergewinnung.

Setzt ein Verband dieses Tool ein, hebt er sich – sofort erkennbar – von anderen Verbänden ab. Daraus resultiert ein Imagegewinn. Das Portal ermöglicht außerdem eine effizientere Kommunikation mit den Mitgliedsunternehmen. Ein weiterer Pluspunkt: Verbände profitieren von exklusiven Aktionen und Angeboten sowie von Einkaufsvorteilen in einer Vielzahl von Shops. Auch bestehende Partner, mit denen man bereits zusammenarbeitet, können in das Portal integriert werden.

Daneben ziehen auch Unternehmen Vorteile aus der Plattform. In nur einem Portal wird den Firmen Expertise aus verschiedenen Bereichen angeboten. Wie Verbände steigern auch Unternehmen nicht nur ihre Arbeitgeber-Attrak-

tivität, sondern binden Mitarbeiter durch die Benefits an den Betrieb. Zudem generieren Unternehmen anhand der angebotenen Leistungen Kapital für Unternehmenswachstum, minimieren Risiken für den Betrieb und die Mitarbeiter, verbessern und vereinfachen Prozesse. Die Kosten sinken. Auch für Unternehmen gelten die exklusiven Aktionen und Angebote sowie die Einkaufsvorteile.

Welche Vorteile bietet das Portal nun Maklern? Das Tool vereinfacht Maklern die Bearbeitung von Gewerbekunden. Mit nur einem Termin lassen sich verschiedene Themen beim Unternehmer platzieren. Als zusätzlichen Pluspunkt werden auch Lösungen für Fragestellungen angeboten, die nicht in der direkten Kompetenz des Maklers liegen. Mit einmaligem Aufwand erzielt man so im Optimalfall mehrfach Erträge. Und der Verwaltungsaufwand für Makler ist gering. Das Beste: Die Dienstleister übernehmen die Haftung.

### Initiative Mehrwert – Netzwerk aus neun Partnern

Die Initiative Mehrwert ist ein Experten-Netzwerk für Verbände und Unternehmen, dem aktuell neun Kooperationspartner – die Bayerische, Benefit, Feder Consulting, Gesundwerker eG, Gansel Rechtsanwälte, Horos Consulting, Lohnwerk, Schwenninger Krankenkasse und SDK Süddeutsche Krankenversicherung – angehören. Diese Unternehmen ergänzen sich in ihren Kompetenzen und bieten dadurch ein komplementäres Leistungsportfolio, das nicht nur zeitgemäß, sondern auch einzigartig ist.

Die Kooperationspartner der Initiative haben ihre Leistungen zusammengefasst, um ein breit gefächertes Angebot zu unterbreiten, welches im Verbandsportal, einer digitalen Plattform, präsentiert wird. Die Partner bündeln hier ihre Leistungen in acht unternehmensrelevante Interessenfelder:

#### **Benefit – Mitarbeiterbindung**

Das Portal wurde gemeinsam mit dem Partner Benefit aufgesetzt. Benefit ist ein Tool für Mitarbeiterbindung, Mitarbeitergewinnung und Employer Branding – passgenau für das jeweilige

Unternehmen bzw. den Verband – was Verbänden und Arbeitgebern Geld und Zeit spart und gleichzeitig die Kommunikation zu Verbandsmitgliedern und Mitarbeitern verbessert.

#### **die Bayerische – Versicherer**

Die Bayerische ist als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit im besonderen Maße mit ihren Kunden, die auch Mitglieder sind, verbunden. Der Versicherer ist Spezialist für Vorsorge im Kollektiv. Im Rahmen des Verbandsportals präsentiert die Bayerische im Bereich Leben- und Sachversicherung ihre betriebliche Altersvorsorge, die Plusrente sowie die Gewerbe-Police.

#### **Gesundwerker – betriebliches Gesundheitsmanagement**

Die Gesundwerker eG stellt im Verbandsportal ihr betriebliches Gesundheitsmanagement, einen individuellen Lösungsansatz für Unternehmen und Verbände, vor.

#### **Schwenninger und SDK – Krankenversicherung**

Die Schwenninger Krankenkasse unterbreitet Angebote im Bereich Prävention, Vorsorge sowie Gesundheit am Arbeitsplatz. Die SDK ist vor allem mit ihren Kompetenzen im Bereich betriebliche Krankenversicherung im Verbandsportal vertreten.

#### **Feder – Fördermittelberatung**

Feder Consulting ist seit 1996 bundesweit in der Fördermittelberatung für kleine, mittlere und große Unternehmen erfolgreich tätig und bietet im Verbandsportal ebenfalls seine Leistung an.

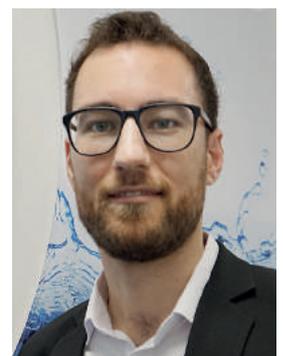
#### **Gansel – Rechtsanwälte**

Die Berliner Kanzlei Gansel Rechtsanwälte vertritt seit 2004 bundesweit Mandanten in Angelegenheiten des Bank- und Kapitalmarktrechts, des Versicherungsrechts, des Immobilienrechts und des Arbeitsrechts. Im Verbandsportal präsentiert die Kanzlei ihre juristische Unterstützung in Form von Beratungen zur rechtssicheren Arbeitsvertrags- und Betriebsrentengestaltung.

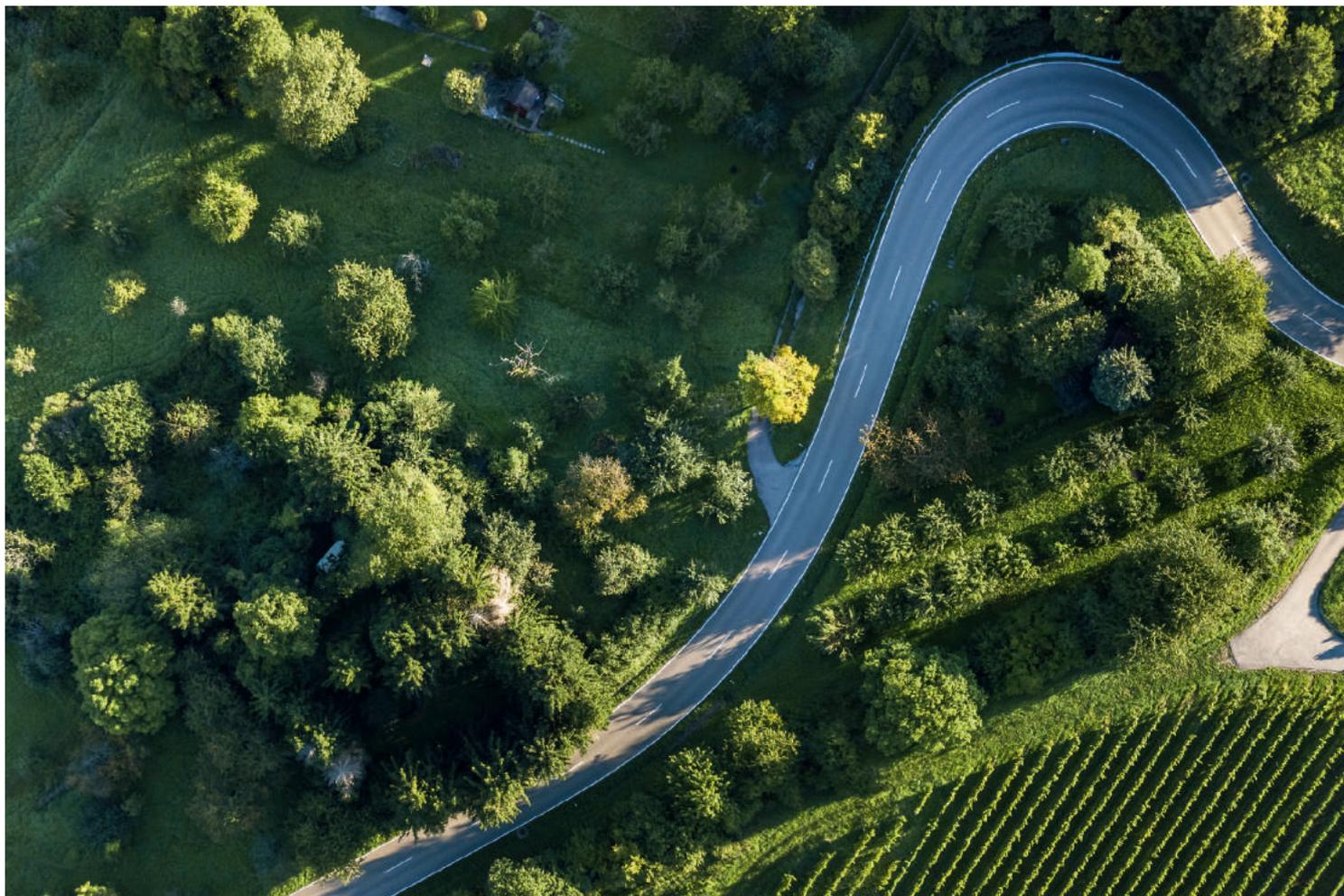
#### **Lohnwerk – Unternehmensberatung**

Die Lohnwerk Berlin GmbH ist eine Unternehmensberatungsgesellschaft, spezialisiert auf den Bereich der Lohnkostenstrukturierung und ebenfalls im Verbandsportal vertreten.

Nachdem sich die Initiative Mehrwert im Jahr 2017 gefunden und eingespielt hat, wird sie das Jahr 2018 intensiv nutzen, um weitere Verbände, Unternehmen und Makler von ihrem Mehrwert-Angebot zu überzeugen. ■



Von Pirmin Sebler, Marketing Manager Kundensegmente bei der Versicherungsgruppe die Bayerische



## Zwischen Königsweg und Seitenpfaden

Die Arbeitskraft ist ein kostbares Gut, das vielfach nicht ausreichend abgesichert wird. Hier ergibt sich Potenzial für Makler, doch das Thema bleibt beratungsintensiv und der Weg mitunter steinig. Zudem wartet der Markt mit vielen hochwertigen BU-Tarifen auf, was die Auswahl nicht einfacher macht. Neben dem Königsweg BU rücken zunehmend andere Wege zur Arbeitskraftsicherung ins Blickfeld.

Im Rahmen der Studie „AssCompact AWARD – BU/Arbeitskraftabsicherung 2017“ berichteten Versicherungsvermittler, dass das Geschäft im Bereich BU/Arbeitskraftsicherung im Jahr 2016 zugelegt habe. Die Befragten versprechen sich von den kommenden ein bis drei Jahren weiteres Wachstum. Der Bereich BU/Arbeitskraftsicherung bietet für Versicherungsmakler nach wie vor Potenzial, da viele Erwerbstätige ihre Arbeitskraft nicht oder nicht ausreichend abgesichert haben und damit im Notfall riskieren, auf monatliche Einnahmen verzichten zu müssen.

Doch die Beratung zur Arbeitskraftsicherung stellt Makler vor große Herausforderungen. So unterschätzen Erwerbstätige ihr Risiko, berufsunfähig zu werden. Dabei kann Berufsunfähig-

keit jeden treffen. Und es gibt viele Ursachen, die es Menschen unmöglich machen, ihrer beruflichen Tätigkeit weiter nachzugehen.

### Psychische Erkrankungen

Bei den meisten Betroffenen sind nicht körperliche Beschwerden der Grund für ihre Berufsunfähigkeit, sondern psychische Leiden. So stellen Nervenerkrankungen die häufigste Ursache für eine BU dar. An zweiter Stelle folgen Erkrankungen des Skeletts bzw. des Bewegungsapparats. Die dritthäufigste Ursache für eine Berufsunfähigkeit ist Krebs. Angesichts dieser vielfältigen Ursachen beleuchtet



© Stefan Sahner - Fotolia.com

dieses Sonderthema, was der Markt zur Absicherung der Arbeitskraft bietet und welche Trends vorherrschen.

### Die Qual der Wahl

Die zu geringe Marktdurchdringung im Bereich BU lässt sich nach Ansicht von Michael Franke, Geschäftsführer von Franke und Bornberg, nicht auf fehlende Qualität der BU-Tarife zurückführen. Denn diese seien nach mehr als 20 Jahren Wettbewerb leistungsstark wie nie. Die BU stellt für viele Erwerbstätige immer noch den Königsweg der Arbeitskraftsicherung dar. Doch für bestimmte Berufe wie körperlich Tätige kann der BU-Schutz relativ kostspielig werden – gemessen an anderen Berufsgruppen. Für andere scheitert der Abschluss einer BU an einer Vorerkrankung.

### Alternative Invaliditätsprodukte

Inzwischen hat sich die Produktpalette in Sachen Arbeitskraftsicherung stetig erweitert. Alternative Invaliditätspro-

dukte rücken in den Blick, wenn der Königsweg des herkömmlichen BU-Schutzes versperrt ist: Grundfähigkeitsversicherung, Erwerbsminderungsrente, Multi-Risk-Policen und Dread-Disease-Produkte. Für Markus Unterkofler von Swiss Re haben sich diese alternativen Invaliditätsprodukte zur Erfolgsgeschichte für Versicherer und Makler entwickelt. Ob es einen ausreichenden Markt dafür gibt und Zusatzgeschäft zu erwarten ist, erläutert Markus Unterkofler im Rahmen dieses Sonderthemas.

Anbieter wie die Dortmunder Lebensversicherung wollen mit neuen Biometrie-Produkten punkten und setzen dabei auf Einfachheit. So hat die VOLKSWOHL BUND-Tochter ein neues Produkt auf dem Markt, bei dem sich 9, 12 oder 15 Grundfähigkeiten absichern lassen.

### Für Vermittler bleibt es steinig

Aufgrund der Komplexität des Themas stellt der Geschäftsbereich BU/Arbeitskraftsicherung für Makler ein beratungsintensives Feld dar, das rechtliche Fallstricke bereithält. Zudem müssen sich die Vermittler mit der Skepsis ihrer Kunden auseinandersetzen, was die Regulierung der Versicherer im Leistungsfall angeht. Claudia Nistor, Geschäftsführerin von SOCIALSOLVENT, beleuchtet das Dilemma des Maklers, ein Leistungsversprechen verkaufen zu müssen, das er nicht beeinflussen kann. Auf den folgenden Seiten zeigt Nistor Maßnahmen auf, wie mehr Transparenz in Sachen Regulierungsquote mehr Vertrauen in BU-Produkte schaffen könnte.

Amar Banerjee von Swiss Life Deutschland beobachtet bei Vermittlern den Trend hin zu einer ergebnisoffenen, nicht auf ein bestimmtes Produkt ausgerichteten Beratung. Der Kunde brauche keine BU-Versicherung, sondern eine Arbeitskraftsicherung. Von den Lebensumständen hänge es ab, welches Produkt am besten zum jeweiligen Kunden passt. Die Zukunft wird zeigen, wo die Beratung hingeht. ■

### Immer wieder ein Streitthema

Der Bereich der Berufsunfähigkeitsversicherung ist kompliziert, was auch dazu führt, dass es im Leistungsfall immer wieder zu Rechtsstreitigkeiten kommt. Dabei geht es in so manchen Fällen um die Verweisklausel in der Police. Derzeit geistert jedoch ein anderes altes Schreckgespenst wieder durch die Branchenmedien, ausgehend von einem BU-Leistungsablehnungsfall: die spontane Anzeigepflicht. So wird gegenüber Versicherern immer mal wieder der Vorwurf laut, sie würden Kunden eine Leistung verweigern, indem sie eine „spontane Anzeigepflichtverletzung“ unterstellten. Das Medienecho zeigt, dass sich beim Thema spontane Anzeigepflicht die Geister scheiden. Was es mit der spontanen Anzeigepflicht auf sich hat und ob es sie überhaupt noch gibt, erläutert Rechtsexpertin Kathrin Pagel in diesem Sonderthema.

### Sonderthema im Überblick

Die Zukunft der Arbeitskraftsicherung: Wer braucht sie? Und wer kauft sie?

Alternative Invaliditätsprodukte sind auf dem Vormarsch

Absicherung der Arbeitskraft – Mit Einfachheit überzeugen

„Der Trend geht hin zu einer ergebnisoffenen Beratungsphilosophie“

BU-Leistungsfall: Makler im Spannungsfeld zwischen Kunde und Versicherer

Die spontane Anzeigepflicht des Versicherungsnehmers – Von gestern?



# Die Zukunft der Arbeitskraftsicherung: Wer braucht sie? Und wer kauft sie?

Wenn es um die Zukunft der Arbeitskraftsicherung geht, ist keine Kristallkugel erforderlich. Es reichen eine nüchterne Bestandsaufnahme sowie die Analyse der entscheidenden Trends, sagt Michael Franke, Geschäftsführer von Franke und Bornberg.

Jeder vierte Erwerbstätige in Deutschland beendet sein Berufsleben aus gesundheitlichen Gründen, sagt die Statistik. Obwohl niemand weiß, ob und wann ihn dieses Schicksal treffen könnte, sorgen nur 25% der potenziell Betroffenen mit privaten Versicherungen vor. Die Mitgliedsunternehmen des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV) haben 2016 gerade einmal 423.525 neue (selbstständige) Invaliditätsversicherungen poliziert. Bei aktuell 44,35 Millionen Erwerbstätigen mit Wohnsitz in Deutschland macht das weniger als 1%.

An mangelnder Qualität kann es nicht liegen: Nach mehr als 20 Jahren Wettbewerb sind Berufsunfähigkeitsversicherungen (BU) so leistungsstark wie noch nie. Einstige Differenzierungsmerkmale wie Sechs-Monatsprognose, der Verzicht auf abstrakte Verweisung oder weltweiter Versicherungsschutz haben sich längst zu Branchenstandards entwickelt.

## So ist der Status quo

Heute findet Differenzierung in der Regel über zwei Faktoren statt: Beitrag und Risikoprüfung. Gerade im sogenannten „Jahresendgeschäft“ werben einige Versicherer mit vereinfachter Gesundheitsprüfung. Manchmal umfasst diese gerade einmal zwei Fragen. Dem Kunden hilft das in der Regel nicht. Entweder gerät er an einen Produktgeber, der den Zahlbetrag schon bald nach dem Abschluss anhebt oder die Stabilität zumindest im BU-Segment aufs Spiel setzt – mit ungewissen Folgen. Wenige, aber dafür weit greifende Gesundheitsfragen gefährden nicht nur das Kollektiv, sondern auch den Einzelnen.

Immer wieder kommt es zu jahrelangen Rechtsstreitigkeiten, ob Fragen wie „Sind Sie gesund und voll arbeitsfähig?“ wirklich mit „ja“ beantwortet werden durften.

Die Berufsgruppen, maßgeblich für die Beitragsermittlung, scheinen sich fast inflationär zu vermehren. Von zwei auf fünf, acht oder noch mehr – statt auf wenige und vergleichbare Berufseinstufungen setzen Versicherer auf Differenzierung. Und das in der Hoffnung, die vermeintlich besten Risiken zu gewinnen, also Akademiker und andere Schreibtischberufe. Doch in der Praxis führt dies nicht zu mehr Neugeschäft, sondern zu Umdeckungen.

Die Folge: Versicherte wandern zu dem jeweils günstigsten Anbieter und die vorhandenen Gewinnverbände werden reihum entmischt. Die Kehrseite der (Beitrags-)Medaille: Für risikoreichere Berufe wird es noch teurer. Der rasante Zuwachs psychischer Erkrankungen wirft zudem die Frage auf, ob günstige Tarife für Akademiker auf Dauer auskömmlich sind. Schon heute verursacht die Psyche rund ein Drittel der BU-Leistungsfälle, Tendenz steigend.

## Und in Zukunft?

Millionen Erwerbstätige bleiben bislang ohne BU-Schutz. Der zwar angemessene, aber hohe Preis und die notwendigerweise strenge Risikoprüfung spielen eine wichtige Rolle. Eine abgespeckte und damit günstigere BU könnte gegen das gesetzliche Leitbild oder die Rechtsprechung laufen und gilt daher als kritisch. Wenn die Branche mehr Kunden gewinnen und gleichzeitig sinnvollen Schutz bieten will, reicht kein Festhalten am Goldstandard BU. Gefragt ist vielmehr die praktisch bestmögliche Lösung zur Sicherung der Arbeitskraft.

Alternative Produkte wie etwa Erwerbsminderungsrenten oder Grundfähigkeitsversicherungen bieten praktikable Lösungen. Gerade bei der Grundfähigkeitsversicherung aber unterscheiden sich die Leistungsbilder innerhalb der Varianten noch deutlich. Hier ist Standardisierung gefragt – für Verbraucher wie Vermittler. Zudem müssen Vorbehalte abgebaut werden, wenn diese Produkte ihr Potenzial voll entfalten sollen. Aktuell flüchtet sich die Branche in mehr oder weniger sinnvolle Erweiterungen der ohnehin schon extrem positionierten BU und schafft so neue Probleme. Ob beispielsweise eine AU-Klausel tatsächlich entscheidende Vorteile bietet und nicht insbesondere privat Krankenversicherten eher Probleme bringt, wird sich bald zeigen. Strategien für mehr Reichweite sind jedenfalls dringender gefragt als teure Marketinggimmicks.

Berater haben gute Gründe, sich auf Zielgruppen wie Freiberufler, Gewerbetreibende, medizinische Berufe oder ganz allgemein Gutverdiener zu konzentrieren. Doch für die Zukunft der BU stellen junge Menschen die entscheidende Zielgruppe. Sie zu gewinnen, erfordert neue Strategien und zukunftsfähige Beratungsprozesse.

## Goldfische gesucht

Die zwischen 1980 und 1999 Geborenen, auch Generation Y genannt, sind mit dem Internet aufgewachsen und gelten als technikaffin. Statt vom Berater verlangen sie erste Informationen, wo und wann es ihnen gerade gefällt. Schnell soll es gehen und auf Abruf – wie bei Strea-

mingdiensten, Amazon oder pizza.de. Ihre Aufmerksamkeitspanne im Internet ist gering, wie Untersuchungen nahelegen. Gerade einmal acht Sekunden soll sie angeblich betragen – und läge damit knapp unter jener von Goldfischen. Marketer sprechen deshalb etwas spöttisch von der „Generation Goldfisch“. Lange und komplizierte Produktbeschreibungen betrachten gerade junge Leute nicht als nützlich, sondern als Zumutung. Anstelle vorgefertigter Angebote erwarten sie verständliche und anschauliche Informationen, am besten verteilt auf kleine Portionen. Es geht hier nicht um Produkte und deren Unterschiede, sondern um die Lösung ihrer Probleme. Sie wollen wissen, wie Versicherungen ihnen helfen können, persönliche Ziele zu erreichen – und das ohne Anbiederung mit vermeintlicher Jugendsprache. Das Angebot: am liebsten digital, interaktiv und spielerisch. Die Produkte: schlank, transparent und mit klaren Leistungsversprechen ohne Wenn und Aber.

## Nicht nur digital

Ist der klassische Berater damit am Ende? Nein, ganz im Gegenteil. Denn trotz aller digitalen Emanzipation liegt die Abbruchquote im digitalen Beratungsprozess bei Jüngeren deutlich höher als bei anderen Altersgruppen. Ohne einen Berater aus Fleisch und Blut, der nachfasst, erklärt und den Prozess begleitet, kommt oft kein Vertrag zustande. Es geht also darum, analoge und digitale Welt intelligent zu verknüpfen. Dafür braucht es zum Beispiel zielgruppengerechte Informationen und Services im eigenen Internetauftritt, das Angebot zur digitalen Kontaktaufnahme und vielleicht auch eine Online-Beratung via Skype oder Videokonferenz. Im persönlichen Beratungsgespräch sind digitale Tools gefragt, die den Anspruch nach schnell verfügbaren und prägnant aufbereiteten Informationen erfüllen.

## Fazit

Die Aussichten der BU stehen gut, sofern sie den Wettstreit um Bedingungskosmetik und den günstigsten Beitrag einstellt und sich stattdessen auf den tatsächlichen Bedarf konzentriert. Gefordert sind darüber hinaus bezahlbare Lösungen mit klarem Leistungsbild. Junge Menschen stellen die wichtigste Zielgruppe für die private Arbeitskraftsicherung. Versicherer und Berater müssen sich an deren Wünschen und Informationsgewohnheiten orientieren. Digitale Angebote sind deshalb unverzichtbar. ■

### Von Michael Franke

Michael Franke ist geschäftsführender Gesellschafter der Franke und Bornberg GmbH und gilt als Pionier für Produktanalysen auf Basis von Versicherungsbedingungen. 1995 hat er das erste BU-Produkt rating im deutschen Markt veröffentlicht. Im jährlichen BU-Unternehmensrating untersucht Franke und Bornberg die Professionalität von Versicherern beim Risiko BU.



Foto: Stefan Neuenhausen, Hannover



# Alternative Invaliditätsprodukte sind auf dem Vormarsch

Interview mit Markus Unterkofler, Head Client Management Germany L&H, Swiss Re

Der Markt der Multi-Risk- und Grundfähigkeitsprodukte als Alternativen zum herkömmlichen Berufsunfähigkeitschutz vor allem für körperlich tätige Personen hat sich positiv entwickelt. Für Produktinnovationen bietet der Bereich viel Potenzial und die Produkte stellen ein Zusatzgeschäft für Makler dar, sollten allerdings gut vom Berufsunfähigkeitschutz abgegrenzt werden.

**Herr Unterkofler, seit der Einführung des ersten modernen alternativen Invaliditätskonzeptes – auch Multi-Risk genannt – sind einige Jahre vergangen. Was hat Ihrer Meinung nach im Rückblick gut funktioniert?**

Die letzten Jahre haben gezeigt, dass alternative Invaliditätsprodukte zu einer Erfolgsstory für die Produktgeber und die Vermittler geworden sind. Mit ihnen können endlich jene Zielgruppen angesprochen werden, für die ein auskömmlicher BU-Schutz häufig nicht erschwinglich ist. Ein Grundfähigkeitsprodukt macht zum Beispiel nur etwa ein Drittel des BU-Preises für die Zielgruppe aus. Übrigens ist das Produkt nicht nur für Handwerker geeignet – auch Krankenpfleger, Friseure oder Lkw-Fahrer sind eine gute Zielgruppe für solche Lösungen. Im Prinzip sind alternative Invaliditätsprodukte für alle Personen geeignet, die überwiegend körperlich tätig sind.

**Gibt es für diese Produkte einen ausreichenden Markt?**

Unbedingt. Die Größe der Personengruppe der körperlich Tätigen ist nicht zu unterschätzen. Und wir wissen, dass diese Menschen nach wie vor nicht ausreichend gegen das Invaliditätsrisiko abgesichert sind. Und das, obwohl sie wegen des höheren Anteils an körperlichen Tätigkeiten ein signifikant höheres Risiko tragen, aufgrund einer Erkrankung in ihren Fähigkeiten beeinträchtigt zu sein.

Natürlich ist der Markt bei Weitem noch nicht mit dem der BU zu vergleichen. Aus Sicht des einzelnen Anbieters ermöglicht er aber eine durchaus Erfolg versprechende Wachstumsstrategie. In einem Markt, der noch nicht vollkommen erschlossen ist und damit auch noch nicht so preissensitiv ist. Für Produktinnovation ist hier ausreichend Platz. Die Anbieter können sich daher von ihren Mitbewerbern noch deutlicher über das Produkt und nicht nur über den Preis differenzieren. Das stellt einen echten Vorteil dar.

**Welches Vertriebspotenzial bietet diese Zielgruppe Ihrer Einschätzung nach?**

Körperlich Tätige werden nicht nur von Ausschließlichkeitsvermittlern betreut. Auch Makler haben oftmals Zugang zu dieser Zielgruppe. Das erklärt auch, warum das Produkt sowohl in der Ausschließlichkeit als auch im Maklervertrieb funktioniert. Auch Banken sind ein sehr geeigneter Vertriebsweg. Neben dem für die Zielgruppe günstigen Preis kann auch das attraktive Risikoprüfungskonzept zum Einsatz kommen. Dieses ist deutlich kürzer als in der BU. Vorerkrankungen, die in der BU häufig zu Zuschlägen, Klauseln oder sogar Ablehnungen führen, sind für Multi-Risk- oder Grundfähigkeitsprodukte weniger relevant.

**Kommt es bei den alternativen Invaliditätskonzepten nicht zur Kannibalisierung mit dem (guten) BU-Geschäft?**

Wir begleiten einige der Anbieter für diese Produkte und haben bereits etliche Jahre Erfahrung – bei allen ist das Konzept voll aufgegangen: Während die BU weiterhin an die gewohnten



© Andrej Popov - Fotolia.com

Im Grundfähigkeitschutz zählen Knien und Bücken meist zu den abgesicherten Fähigkeiten.

Kundensegmente verkauft wird, ermöglichen die Multi-Risk- und Grundfähigkeitsprodukte echtes Zusatzgeschäft. Verkauft wird an Zielgruppen, denen in der BU aufgrund ihres körperlich anspruchsvollen Berufes oder Vorerkrankungen kein adäquater Schutz angeboten werden kann. Die Rechnung geht also voll auf. Um dieses Ziel zu erreichen, muss die Alternative aber gut vom Berufsunfähigkeitsschutz abgegrenzt werden. Das geschieht über das Produktdesign und die Definition der Leistungsauslöser.

Unserer Erfahrung nach schadet eine zu große Nähe zur BU eher, als dass sie nützt. Jene Anbieter sind am erfolgreichsten, die das Konzept unabhängig von der BU definieren. Dabei ist es wichtig, den Preis des Produktes klar von dem einer BU abzugrenzen und deutlich günstiger zu sein. Eine selbstbewusste Positionierung innerhalb der Produktpalette ist ebenfalls wichtig. Insofern raten wir davon ab, das Produkt als „Worst-case-Lösung“ zu konzipieren bzw. so zu bezeichnen. Die Hierarchie der Einkommensvorsorgeprodukte mit der BU an der Spitze macht aus Sicht der körperlich Tätigen ohnehin nur bedingt Sinn. Sie ist für diese Zielgruppe oftmals nicht erschwinglich. Insofern ist eine alternative Lösung – je nach Ausgestaltung – der beste Schutz, wenn er zu den individuellen Bedürfnissen des Kunden passt.

#### **Ist den Kunden bewusst, wie Multi-Risk- oder Grundfähigkeitsprodukte im Unterschied zur BU funktionieren?**

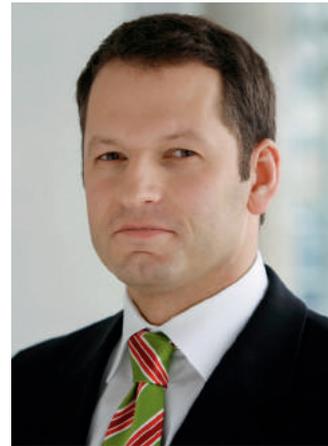
Es muss klar kommuniziert werden, dass es sich nicht um einen Berufsunfähigkeitsschutz handelt. Transparenz ist unabdingbar und Trumpf zugleich. Darüber hinaus ist es essenziell wichtig, einfach und verständlich zu erklären, wie das Produkt funktioniert. Dabei ist von Vorteil, wenn das Produktdesign einfach konzipiert ist und Komplexität vermieden wird.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist aus unserer Sicht die zielgruppengerechte Ansprache. Wenn Kunden verstehen, warum das Produkt für sie relevant ist, fällt der Verkauf leichter. Anders formuliert: wenn der Fliesenleger versteht, warum Knien und Bücken, zwei in fast allen

Grundfähigkeitskonzepten abgesicherte Fähigkeiten, Schlüsselfähigkeiten sind, versteht er auch den Sinn dieser Absicherung.

#### **Kann man bereits von einem gewissen Marktstandard sprechen?**

Aktuell scheint sich im Bereich der Alternativen in der Lebensversicherung die Grundfähigkeitsversicherung durchzusetzen. Diese kann dann je nach Anbieter mit verschiedenen Komponenten kombiniert werden. Besonders beliebt ist die Kombination mit einem Dread-Disease-Baustein.



Markus Unterkofler

Innerhalb der Grundfähigkeitsversicherung gibt es einen Katalog mit motorischen, sensorischen und kognitiven Fähigkeiten, die abgesichert werden. Die Anbieter variieren hier hinsichtlich Art und Anzahl der Fähigkeiten und hinsichtlich des Deckungsumfangs. Derzeit gibt es aber noch kein umfassendes Rating. Das gibt zusätzlich Sicherheit bei der spezifischen Beratung für diese Produkte und trägt der inzwischen stattgefundenen Marktpenetration mit diesen Produkten Rechnung. Gleichzeitig führen Ratings aber auch zu einem Bedingungs- und Preiswettbewerb – mit durchaus positiven Auswirkungen für den Kunden. Allerdings wird es für den Anbieter auch schwieriger, sich mit innovativen Ideen im Wettbewerb abzuheben. Diese Folgen spüren wir aktuell in der BU.

„Aktuell scheint sich im Bereich der Alternativen in der Lebensversicherung die Grundfähigkeitsversicherung durchzusetzen. Diese kann je nach Anbieter mit verschiedenen Komponenten kombiniert werden.“

#### **Gehen Sie also davon aus, dass sich die Produkte weiter durchsetzen werden?**

Davon bin ich überzeugt. Es werden weitere Anbieter mit diesen Konzepten auf den Markt kommen. Raum für kundengerechte Innovationen besteht im Produktdesign und in der Ansprache. Wir können uns auf spannende und erfolgreiche Konzepte am Markt freuen. ■



## Absicherung der Arbeitskraft – Mit Einfachheit überzeugen

Im Juni 2017 ist die Dortmunder Lebensversicherung AG auf den Versicherungsplan getreten. Das neu gegründete Unternehmen – eine 100%-ige VOLKSWOHL BUND-Tochter – konzentriert sich ganz auf innovative Biometrieprodukte. Plan D ist das erste Produkt im Programm. Die neuartige Grundfähigkeitsversicherung will mit Transparenz und Einfachheit aus sich heraus überzeugen. Ist der Einstieg gelungen?

**E**ine verständliche Absicherung mit klaren Leistungsauslösern – damit ist Plan D angetreten. Eine erste Bilanz zeigt: Plan D kommt bei Vertriebspartnern und Kunden sehr gut an. Das neue Produkt konnte auf Anhieb seinen Platz im Markt erobern. Alle vertrieblichen Erwartungen wurden bereits zum Jahresende um ein Vielfaches übertroffen. Und so funktioniert das neue Produkt: Plan D sorgt für finanzielle Sicherheit, wenn der Körper nicht mehr mitmacht. Das Produkt sichert bestimmte Fähigkeiten ab, unabhängig von der etablierten Definition einer Berufsunfähigkeit. Mit Plan D lassen sich 9, 12 oder 15 Fähigkeiten versichern. Geht eine davon verloren, überweist die Dortmunder jeden Monat die vereinbarte Leistung als Rente.

### Die 9 – Die 12 – Die 15

Was drin ist, steht auch drauf: Beim Paket „Die 9“ (Denker) sind vom Sehen übers Sprechen bis zum Schreiben neun Fähigkeiten

versichert. Eine Erweiterung ist das Paket „Die 12“ (Kümmerer) mit genau zwölf versicherten Fähigkeiten – unter anderem der Hand- und Fingerfertigkeit. Am umfangreichsten schützt das Paket „Die 15“ (Anpacker), bei dem zusätzlich Knien und Bücken oder der Gebrauch eines Arms versichert sind.

### Herz und Lunge immer dabei

Ob „Die 9“, „Die 12“ oder „Die 15“ – eines haben alle drei Kraftpakete gemeinsam: Sowohl die Herz- als auch die Lungenfunktion sind, sozusagen als „Motor des Menschen“, mit Plan D erstmalig als Fähigkeit abgesichert. Und zwar serienmäßig. Das ist einzigartig am deutschen Versicherungsmarkt.

### Financial Advisors Award 2017

Der neue Ansatz überzeugte bereits die erste Fachjury. Plan D erhielt schon drei Monate nach der Einführung den Financial Advisors Award 2017 der Finanzzeitschrift Cash in der Kategorie Biometrie. Das Produkt ist laut Jury durch seine drei Varianten, die jeweils eine unterschiedliche Anzahl von Grundfähigkeiten anbieten, besonders innovativ und transparent.



Von Kristina Janssen, Produktmanagerin Biometrie der Dortmunder Lebensversicherung AG

## Klartext auf ganzer Linie

Plan D ist, genau wie die Dortmunder Lebensversicherung AG, konsequent verständlich und einfach angelegt. Die Versicherungsbedingungen sowie jeder Brief an die Kunden und sämtliche Vermarktungsunterlagen wurden komplett neu getextet – ohne Fremdwörter, Bandwurstsätze oder Versicherungschinesisch. Eine eigens gegründete Klartext-Gruppe innerhalb des VOLKSWOHL BUND-Konzerns hat dafür gesorgt, dass die neue Verständlichkeit auf allen Dokumenten streng eingehalten wurde.

## Berufe: Von Autor bis Zimmerer

Die neue Verständlichkeit, die klare Struktur und die sinnvollen Absicherungsmöglichkeiten kommen bei Kunden und Maklern an. Die Liste der Versicherungsnehmer geht von A bis Z durch alle Altersstufen und Berufe. Vom Autosattler bis zum Zweiradmechaniker, vom Autor bis zum Zimmerer, vom Abbrucharbeiter bis zum Zahnarzt: Plan D bietet für jeden die passende Absicherung.

## Frauen dominieren „Die 12“

Besonders beliebt unter den Absicherungspaketen ist „Die 15“ für Anpacker. Über die Hälfte aller Versicherten hat sich für diesen Schutz entschieden. Auf dem zweiten Beliebtheitsplatz folgt „Die 12“ für Kümmerer, dann „Die 9“ für

Denker. Und während bei der „15“ doppelt so viele Männer wie Frauen unterschrieben haben, ist bei der „12“ das Gegenteil der Fall: Hier dominieren klar die Frauen. Einzig bei der „9“ ist das Geschlechterverhältnis ausgeglichen.

## Jeder Dritte wählt Führerschein-Schutz

Wer möchte, kann sein persönliches Kraftpaket außerdem mit bis zu drei Bausteinen abrunden. „Die Psyche“, „Der Führerschein“ und „Das Pflege Plus“ kann jeder dazuwählen. Sie machen den Schutz noch persönlicher. Beliebtester Baustein ist der Leistungsauslöser Führerschein. Ihn wählt jeder dritte Kunde. Fast genauso häufig entscheiden sich Plan-D-Kunden für den Psyche-Zusatz, dicht gefolgt vom Pflege-Plus.

## Rund 1.100 Euro Monatsrente

Die abgesicherte Monatsrente liegt zurzeit im Durchschnitt bei über 1.100 Euro, wobei sich die männlichen Kunden um etwa 100 Euro höher absichern als die Frauen. Damit erreicht Plan D eine höhere und damit passendere Absicherung für viele, die bei einer herkömmlichen BU aufgrund der Kosten womöglich eine niedrigere Rentenhöhe gewählt hätten.

## Versicherungsschutz ab 30 Euro

Denn eines ist klar: Die Prämien sind durch die Bank bezahlbar. Für das Paket „Die 9“ mit 1.000 Euro Monatsleistung, Beginn mit 30 Jahren, Endalter 67 Jahre, zahlt ein Versicherungskaufmann zum Beispiel 30,27 Euro Beitrag. Das Paket „Die 12“ kostet eine Friseurin 38,74 Euro im Monat. Und ein Schreiner erhält für 43,89 Euro monatlich das Paket „Die 15“.

Die Dortmunder schafft es auch in einem herausfordernden Marktumfeld, mit einem innovativen Ansatz neue Zielgruppen für die Arbeitskraftabsicherung zu gewinnen. ■

## Entweder 9, 12 oder 15 Fähigkeiten lassen sich mit dem Grundfähigkeitsschutz absichern:



Quelle: Dortmunder Lebensversicherung AG

# „Der Trend geht hin zu einer ergebnisoffenen Beratungsphilosophie“

Interview mit Amar Banerjee, Leiter Versicherungsproduktion bei Swiss Life Deutschland

Das Angebot zur finanziellen Arbeitskraftsicherung hat sich verändert. Damit entwickelt sich auch die Beratung weiter. Swiss Life will diesen Wandel mitgestalten und hält das entsprechende Produktportfolio dafür vor.

## Herr Banerjee, ist der Bedingungs-wettlauf in der BU-Versicherung Geschichte?

Bedingungen sind wichtig. Schließlich dokumentieren sie den Umfang des Leistungsversprechens. Sie sind aber nicht das einzige Kriterium, von dem die Qualität einer Berufsunfähigkeitsversicherung abhängt. Mindestens genauso wichtig sind die Erfahrung und Finanzstärke des Versicherers, der für die Erfüllung der Bedingungen einsteht. Wir nehmen wahr, dass diese Qualitätskriterien bei freien Vermittlern an Bedeutung gewinnen, nachdem der Wettbewerb lange Jahre nur über die Bedingungen und die Prämie ausgetragen wurde. Als finanzstarkes Unternehmen mit Schweizer Wurzeln profitieren wir von diesem Sinneswandel.

## Auch die immer stärkere Splittung hinsichtlich der Berufsgruppen könnte vielleicht bald eine Grenze erreicht haben. Wird es hier irgendwann mal wieder ein Zurück geben?

Es gibt einen zunehmenden Trend zur Spreizung der Berufsgruppen. Während vor zehn Jahren im Regelfall etwa vier bis fünf Berufsgruppen vorgehalten wurden, gibt es heute Tarifierwerke, die über zehn verwenden. Solange auf stabile Unterscheidungskriterien, die die Prämienunterschiede statistisch rechtfertigen, zurückgegriffen wird, ist diese Praxis nicht verwerflich. Eine Rückkehr zu einer Einheitstarifierung ist nicht absehbar: Ein Unternehmen, das diesen Schritt alleine wagen würde, würde scheitern.

## Sie sind Produktentwickler: Woran scheiden sich dann zurzeit bei den Bedingungen die Geister?

Die großen Streitthemen sind inzwischen beigelegt. Mittlerweile hat sich marktweit ein Konsens herausgebildet, was eine leistungsstarke BU-Versicherung ausmacht. Was aber die Spreu vom Weizen trennt, ist die Fähigkeit, dieses anspruchsvolle

„Günstige Prämien und gute Bedingungen alleine sind wenig wert, wenn im Hintergrund das Know-how fehlt, Leistungsfälle professionell abzuwickeln.“

Produkt nachhaltig zu bewirtschaften. Günstige Prämien und gute Bedingungen alleine sind wenig wert, wenn im Hintergrund zum Beispiel das Know-how fehlt, Leistungsfälle professionell abzuwickeln oder durch eine kompetente Risikoprüfung Bestandssicherheit und Beitragsstabilität sicherzustellen.

**Wer keinen BU-Vertrag bekommt oder sich diesen nicht leisten kann, hat mittlerweile salonfähige Alternativen, zumindest um Teilrisiken abzudecken. Auch Swiss Life ist mittlerweile ein Komplettanbieter. Mit welchen Angeboten?**

Neben unseren BU-Lösungen – der Swiss Life SBU, der MetallRente.BU für Arbeitnehmer und Angehörige der angeschlossenen Branchen von MetallRente sowie der KlinikRente.BU für alle Arbeitnehmer im Gesundheitswesen – bieten wir außerdem den „Swiss Life Vitalschutz“ zur Absicherung von Grundfähigkeiten. Die Erwerbsminderungsrente MetallRente.EMI ergänzt preiswert und unkompliziert die gesetzliche Erwerbsminderungsrente.

## Absicherung der Grundfähigkeiten, Dread Disease – finden die Produkte tatsächlich Akzeptanz in der Breite?

Bei den freien Vermittlern sehen wir den Trend hin zu einer ergebnisoffenen, nicht auf ein bestimmtes Produkt fixierten Beratungsphilosophie: Der Kunde braucht keine BU-Versicherung, sondern eine Arbeitskraftabsicherung. Welches Produkt sich am besten eignet, darüber entscheiden die Lebensumstände des Kunden. Es wird natürlich noch dauern, bis sich diese Herangehensweise im gesamten Markt durchgesetzt hat. Wir bringen das Produktportfolio und auch die Geduld mit, um diesen Wandel zu gestalten. Unsere Grundfähigkeitsversicherung hat sich inzwischen ihren festen Platz im Produktportfolio von Swiss Life erobert.

**Trotzdem wird noch oft beklagt, dass es bei diesen Angeboten an einheitlichen Standards und Begrifflichkeiten fehlt und damit vermutlich auch die**

## Vergleichbarkeit schwierig ist. Würden Sie dem zustimmen?

Bei Erwerbsunfähigkeitsversicherungen ist mittlerweile eine gute Vergleichbarkeit und Einheitlichkeit gegeben. Anders sieht es noch bei Dread-Disease-Versicherungen aus. Es gibt zwar eine große Schnittmenge bei den abgesicherten Krankheiten, die Anbieter legen jedoch die Krankheiten unterschiedlich aus. Was die Grundfähigkeitsversicherung angeht: Inzwischen haben sich gewisse Standards für eine leistungsstarke Grundfähigkeitsdeckung herauskristallisiert, wie zum Beispiel dass der Verlust einer einzigen Grundfähigkeit zur Leistung führt. Die früher durchaus üblichen und für den Kunden nur schwer durchschaubaren Katalogsysteme sind bei Produktneueinführungen inzwischen verschwunden. Zudem nehmen sich auch erste Rating-Häuser des Themas an. So sorgt etwa der AKS-Index aus dem Hause Franke und Bornberg für mehr Transparenz und eine bessere Vergleichbarkeit der Produkte.

## Trotz dieser Veränderungen: Wird ein Versicherungsmakler zunächst nicht trotzdem immer eine BU als beste Lösung anbieten wollen?

Es sind neue Denk- und Beratungsmuster gefragt. Eine Berufsunfähigkeitsversicherung ist nicht automatisch für jeden Kunden die beste Lösung. Wir haben das frühzeitig erkannt und darum einiges dafür getan, um unser gesamtes Produktportfolio im Bereich der Biometrie weiterzuentwickeln. Wir sensibilisieren Vermittler dafür, Kunden zu einem Versicherungsschutz zu raten, der am besten zu ihren individuellen beruflichen, finanziellen und gesundheitlichen Verhältnissen passt. Es hat sich bewährt, in das Beratungsgespräch ergebnisoffen zu gehen und nicht sofort in Richtung eines bestimmten Produktes zu beraten.

## Es gibt verschiedene Tools, die Makler bei Auswahl, Beratung und Abschluss unterstützen. Wohin geht der Trend und welche Tools setzen Sie ein?

Wir betrachten die Digitalisierung als Chance, die uns voranbringen wird. So bieten wir unseren Geschäftspartnern viele smarte digitale Tools wie vers.diagnose

und den AKS-Navigator für die umfassende Kundenberatung am Point-of-Sale. Mit dem digitalen Vergleichsrechner AKS-Navigator, den wir gemeinsam mit dem unabhängigen Analysehaus Franke und Bornberg Research GmbH betreiben, können Vermittler spielend einfach alle Arbeitskraftversicherungen von Swiss Life und den Konsortialpartnern MetallRente und KlinikRente gegenüberstellen. Bereits im Beratungsprozess kann das passende Produkt für die Kunden gefunden werden – ganz dem gewünschten Preis-Leistungs-Verhältnis und Gesundheitszustand entsprechend. Im AKS-Navigator ist die Risikoprüfung mit vers.diagnose bereits integriert. vers.diagnose ist eine Plattform zur automatisierten parallelen Risikoprüfung und Annahmeentscheidung für biometrische Risiken.



Amar Banerjee

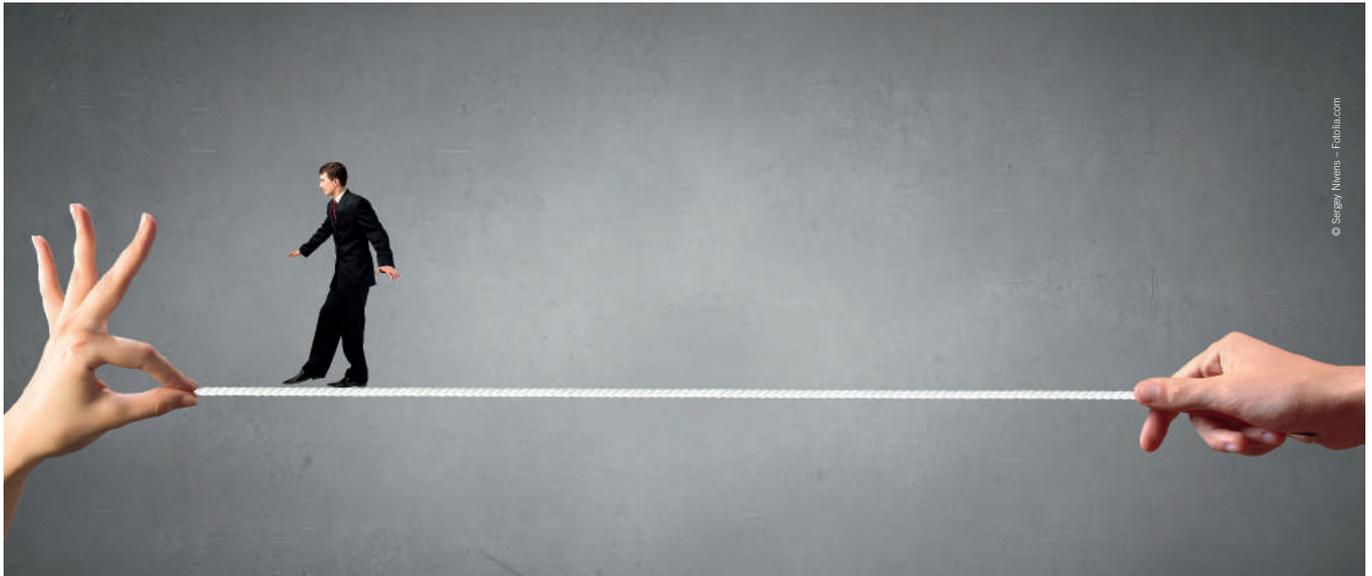
## Mittlerweile gibt es digitale BU-Versicherungen am Markt. Gibt es an dieser Stelle bei Ihnen ähnliche Überlegungen oder in welcher Richtung denken Sie im Hinblick auf weitere Digitalisierungsschritte?

Digitale Produkte unterscheiden sich in ihrem Leistungsprofil nicht von den Angeboten, die offline vertrieben werden, sondern nur in der Art und Weise, wie sie zugänglich gemacht werden. Aber: Die Arbeitskraftabsicherung ist eine erhebliche Investition fürs Leben, sodass bei diesem Produkt ein digitaler Spontankauf ohne jegliche Beratung wenig sinnvoll ist. Wir sind deshalb der festen Überzeugung, dass persönliche Beratung bei solchen hochwertigen und erklärungsbedürftigen Produkten auch zukünftig eine große Rolle spielen wird. Damit wir die Vorsorgelücken unserer Kunden bedarfsgerecht, schnell und einfach schließen können, digitalisieren wir konsequent die komplette Wertschöpfungskette zur Arbeitskraftabsicherung.

„Die Arbeitskraftabsicherung ist eine erhebliche Investition fürs Leben, sodass bei diesem Produkt ein digitaler Spontankauf ohne jegliche Beratung wenig sinnvoll ist.“

## Da wir am Anfang des Jahres stehen: Wo wird Swiss Life in den nächsten Monaten die Schwerpunkte setzen und was erwarten Sie sich im Bereich Arbeitskraftsicherung?

Unser oberstes Ziel für 2018 wird sein, positive Marktwirkung zu erzielen und unsere Kernthemen voranzubringen, allen voran moderne Vorsorgekonzepte und biometrische Absicherung sowie, wo passend, Branchenlösungen. Ebenso betrachten wir die Digitalisierung als Chance, die uns voranbringen wird. ■



## BU-Leistungsfall: Makler im Spannungsfeld zwischen Kunde und Versicherer

Können Makler ohne Transparenz über die Qualität der Leistungsfallabteilung eines BU-Anbieters beraten? Der Makler steht vor dem Dilemma, ein Leistungsversprechen verkaufen zu müssen, das er nicht beeinflussen kann. An einigen Punkten könnte die Branche ansetzen, um den Makler aus diesem Dilemma zu befreien.

**E**s gibt sie. Die vielen guten, kundenorientierten Makler und Vertriebsmitarbeiter, die viele Stunden am Tag hart für das eine Erfolgserlebnis arbeiten, in dem sie dem Kunden zuhören, über den Tellerrand hinausschauen, um den Kunden einen Nutzen zu verschaffen: die Absicherung der Arbeitskraft durch eine Berufsunfähigkeitsversicherung (BU). Und dennoch erfahren auch diese guten Berater von vielen ihren Kunden Ablehnungen des BU-Produktes aus dem einfachen Grund „wenn es darauf ankommt, zahlt die Versicherung eher nicht“. Eigentlich sollte eine private Berufsunfähigkeitsversicherung unabdingbar sein; doch die Statistiken bescheinigen, dass vier von fünf Berufstätigen deren Existenz riskieren, in dem sie keine Absicherung haben.

Hier scheint, als würde das Vertrauen in die Branche und ihre Leistungsbereitschaft fehlen. Und ohne Vertrauen geht

Die seit Jahren publizierten Zahlen des GDV zur Leistungsregulierungsquote, die von externen Ratern unterstützt werden, beabsichtigen immer wieder, das Produkt von seiner schönsten Seite zu zeigen. Aber es klappt nicht ganz.

der Mensch selten Verbindungen ein. Die seit Jahren publizierten Zahlen des Gesamtverbands der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) zur Leistungsregulierungsquote, die von externen Ratern unterstützt werden, beabsichtigen immer wieder, das Produkt von seiner schönsten Seite zu zeigen. Aber es klappt nicht ganz.

der Mensch selten Verbindungen ein. Die seit Jahren publizierten Zahlen des Gesamtverbands der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) zur Leistungsregulierungsquote, die von externen Ratern unterstützt werden, beabsichtigen immer wieder, das Produkt von seiner schönsten Seite zu zeigen. Aber es klappt nicht ganz.

Vielleicht bedarf es anderer Aussagen, Handlungen und medialen Berichterstattungen, um das Vertrauen der Verbraucher zu gewinnen. Sonst bleibt die BU-Vermittlung, wie der BU-Experte in Reihen des GDV, Herr Dr. Peter Schwark, im Web kommentiert „eine große Aufgabe der Maklerprofession, den Kunden den Wert und die Notwendigkeit der Absicherung überzeugend deutlich zu machen“.

Und wenn diese große Aufgabe dem Makler nicht gelingt, dann riskieren weiterhin vier von fünf Berufstätigen ihre Existenz. Dabei könnte die Branche mit einfachen Mitteln den Maklern und damit den Verbrauchern und nicht zuletzt sich selbst helfen.

Die SOCIALSOLVENT GmbH ist rechtsberatender Dienstleister im Rahmen der Geltendmachung von Versorgungsansprüchen aus privaten Versicherungen, Sozialversicherungssystemen sowie der betrieblichen Versorgung, und damit juristischer Berater der Versicherungsnehmer und Kooperationspartner vieler Makler und Maklerpools.

## Makler im Grenzbereich

Aus der Position des Dienstleisters heraus wirkt der Makler wie im einem Spannungsfeld zwischen Kunden und Versicherungsunternehmen, denn er trägt unmittelbar die Verantwortung für das abgegebene Versprechen des Versicherers, ohne es allerdings einlösen zu können. Nicht selten, moralisch verpflichtet und mit der guten Absicht, helfen zu wollen, steht er so dem Kunden im Leistungsfall bei und überschreitet die zulässigen und auch fachlichen Grenzen seines Handlungsraums in der Leistungsfallregulierung.

Die Risiken, die er dabei eingeht, reichen von dem Aspekt des unbezahlten Zeiteinsatzes, über eine eventuell gestörte Kunden- und Empfehlungsbeziehung im Falle eines Misserfolges, bis hin zur Haftungsfrage, die unlängst mit dem BGH-Urteil vom 14. Januar 2016 (AZ: I RZ 107/14) entschieden wurde, unter anderem auf den Interessenkonflikt eines Maklers bezogen. Aus diesem Dilemma lösen sich inzwischen immer mehr Makler, indem sie die Leistungsfallbegleitung optimalerweise an in allen drei Disziplinen des Rechts, Medizin und Berufskunde qualifizierten Kooperationspartnern abgeben.

Im Erfolgsfall ist somit das Vertrauen der Kunden bewahrt und die Empfehlungsbereitschaft aktiviert. Bei einer Ablehnung der Leistung jedoch tritt nicht nur das Gegenteil ein, sondern das Vertrauen des Maklers in das verkaufte Produkt wird häufig erschüttert. Und so greift er immer öfter auf die von den neutralen Kooperationspartnern gemessenen Leistungsregulierungsdaten als Orientierungshilfe für den zukünftigen Produktverkauf, denn die Prämie und das Bedingungsmerk bilden nicht vollständig die Qualität des Produktes ab.

## Mit Transparenz Vertrauen schaffen

Erst die prüfbare, transparente Regulierungsquote verschafft dem Makler nicht zuletzt über die entstehende Enthaltung das Vertrauen in das Produkt und zeitgleich die Motivation, dem Kunden den Wert und die Notwendigkeit dieser Absicherung überzeugend

deutlich zu machen. Damit würde der oben zitierte Appell des GDV nicht nur eine Verlagerung des Verkaufserfolgs auf die Schultern des Maklers sein, sondern zu einer mitgetragenen Verantwortung der Branche werden. Wie könnten also die publizierten GDV-Zahlenwerke zur Leistungsregulierungsquote zukünftig ausgewertet werden, um die für das Vertrauen notwendige Transparenz zu gewährleisten? Welche anderen Maßnahmen würden unterstützend dazu beitragen?

## Maßnahmen für mehr Transparenz

Aus diesen Überlegungen ergeben sich einige Impulse:

### 1. Qualitätskennzahlen werden von unabhängigen Stellen mit hoher Glaubwürdigkeit erhoben und veröffentlicht.

Aktuell werden Zahlen ausschließlich aus der Reihe der Versicherungsunternehmen veröffentlicht, die zum Teil durch beauftragte Ratingagenturen erhoben werden. Eine Validierung der Daten ist durch die Verklumpung nicht gegeben, könnte jedoch durch die Befragung der Versicherungsnehmer erfolgen. Die Stichproben würden von einer neutralen Institution, zusammengesetzt aus unterschiedlichen Interessenvertretern, wie der Verbraucherzentrale, der Wissenschaft, Maklerverbänden, den Marktwächter ermittelt und ausgewertet werden.

Erst die prüfbare, transparente Regulierungsquote verschafft dem Makler nicht zuletzt über die entstehende Enthaltung das Vertrauen in das Produkt.

### 2. Der Datensatz wird spezifiziert.

Aktuell wird einzig über die Anerkennnis- und Ablehnungsquote berichtet. Die Anerkennungsquote hat jedoch verschiedene Facetten mit unterschiedlichen Rechtsfolgen auf beiden Seiten; meistens nachteilig für den Versicherungsnehmer als juristischer Laie. So gibt es a) die befristete oder unbefristete Anerkennnis, b) die Einmalzahlung ohne Anerkennnis einer Rechtspflicht sowie c) das Kulanzangebot (Beitragsbefreiung, 50% der BU-Rente, etc.) und schließlich d) die Abfindungszahlung mit Vertragskündigung.

Diese differenzierte Auswertung findet nicht statt. Stattdessen werden hier alle „Geldfluss-Fälle“ aufsummiert als Anerkennnisgröße publiziert, ohne jedoch den juristischen Aspekt einzubeziehen, der gewiss eine finanzielle Auswirkung hat; ▶



Von Dipl.-Ing. Claudia Nistor,  
Geschäftsführerin der SOCIALSOLVENT GmbH

denn, in den Fällen b) bis d) löst sich der Versicherer von dem Nachprüfungsverfahren und damit zum Teil von einem größeren Risiko, leisten zu müssen. Solche juristisch begleitete Fälle unterbinden eine Benachteiligung des Versicherungsnehmers und somit die Fälle b) bis d) - bis auf die Ausnahme der Mandanten, die sich nach Aufklärung über Vor- und Nachteile doch hierfür entscheiden. Folglich wäre die Quote der juristisch begleiteten im Vergleich zu unbegleiteten Leistungsfällen und deren Erfolgsverteilung durchaus interessant.

Die Ablehnungsquote ist im Gegenzug präzise nach Anzeigepflichtverletzung, fehlender medizinischer Nachweis der BU und Einstellung der Prüfung mangels Mitwirkung des Versicherungsnehmers erfasst. Wie viele davon im Widerspruchsverfahren gerichtlich ausgefochten werden, wird noch nicht veröffentlicht. Diese Zahl könnte allerdings dem Verbraucher helfen, seine Entscheidung leichter zu treffen. Ebenso wird die Regulierungsquote nicht nach dem Barwert (Höhe der versicherten BU-Rente über die Restlaufzeit) publiziert; dabei wäre eine Korrelation dieser Werte vertrauensbildend.

### **3. Die Leistungsfallentscheidung wird von einem internen Juristen mitgetragen.**

In der Praxis ist zu beobachten, dass den Sachbearbeitern vieler Versicherer die juristische Ausbildung und damit das Verständnis von Wort und Inhalt der Rechtsprechung fehlt, wodurch unwillentlich dagegen verstoßen wird und damit das Prozessrisiko steigt. Wenn die Ausbildungsqualität, die Zuständigkeiten und die Entscheidungsrahmen transparent werden, so wie es von den Maklern selbst auch gefordert wird, könnte das Vertrauen des Maklers in das Produkt und das Unternehmen steigen. Denn wer Gesicht zeigt, übernimmt auch Verantwortung.

### **4. Der Dialog zwischen Leistungsfallprüfung und Vertrieb wird gefördert.**

Die Schulungs- und Erfahrungsqualität der Leistungsfallprüfer überträgt sich auf den Vertrieb, indem über konkrete Fallbeispiele, über die Grenzen des eigenen Entscheidungsvermögens, über Erfolge und Fehler als Lernchance berichtet wird. Zurzeit wird noch überwiegend auf Roadshows oder internen Vertriebs Schulungen das hohe Lied auf die eigene

In der Praxis ist zu beobachten, dass den Sachbearbeitern vieler Versicherer die juristische Ausbildung und damit das Verständnis von Wort und Inhalt der Rechtsprechung fehlt, wodurch unwillentlich dagegen verstoßen wird [...].

Regulierungspraxis und Unfehlbarkeit gesungen, bei gleichzeitigem Verriss des Wettbewerbs. Bei ehrlichem Umgang mit den Anforderungen an die Leistungsfallbearbeitung und den vielen Fehlerquellen darin wird der Vertrieb sensibilisiert und falsche Erwartungshaltungen, in der Folge auch beim Kunden, werden vermieden. Vielleicht braucht es für diese Produktgattung sogar eine Zertifizierungsstufe im Vertrieb. Wenn zeitgleich der Vertrieb einerseits über die Schwierigkeiten und andererseits über die immensen Wachstumschancen des Produktverkaufs berichten würde, könnte die Auswirkung der Leistungsfallbearbeitung auf den

unabdingbaren Vertrieb sichtbar werden; denn ohne Vertrieb keine Leistungsfallbearbeitung.

### **5. Positive Werte und Ethik in der Leistungsfallbearbeitung steigern.**

Die Sachbearbeiter in den Leistungsfallabteilungen der Zukunft bekennen sich in Wort, Schrift und Handeln einer wohlwollenden und der Situation angemessenen Verhaltensweise dem erkrankten Versicherungsnehmer gegenüber. In leider vielen Fällen entsteht in der Praxis der Eindruck, dass der Schadenfall eher ein Schaden für den Versicherer ist, der beseitigt werden muss, als ein Schaden des Versicherungsnehmers, der sich Schutz beim Versicherer erkaufte hat. So reagieren in einigen Unternehmen besonders auffallend die Sachbearbeiter gereizt, überfordert und fern von der gebotenen Empathie gegenüber dem Schicksal des Kunden, der bis zur Erkrankung zum wirtschaftlichen Wohl des Unternehmens beigetragen hat.

### **Das Dilemma der Branche**

Das Fazit dieser Überlegungen ist, dass die Qualität der Leistungsfallbearbeitung der Nukleus des BU-Verkaufs ist. Was in diesem Kern geschieht, strahlt auf den gesamten Vertrieb des Anbieters aus. Das Dilemma des Maklers, ein Leistungsversprechen verkaufen zu müssen und direkt nicht beeinflussen zu können, leitet sich vielleicht aus dem Dilemma der Branche zwischen hoher Rendite und vertriebsförderlicher Auszahlungsbereitschaft ab. Eine Beeinflussung der Produktqualität könnte von beiden Seiten erfolgen: vom Markt und vom Anbieter aus. Ein erweitertes Anforderungsprofil, wie oben beschrieben, könnte einerseits vom Markt durch eine erhöhte Nachfrage an solchen Produkten erfolgen und andererseits durch die proaktive Angebotsformulierung seitens der Anbieter. ■

**Junge Leute brauchen einen BU-Schutz,  
der gut und gleichzeitig günstig ist.**

# STARTER- BU

**Vom Start weg sicher: die Starter-BU  
von AXA für junge Leute.**

Wer noch ganz am Anfang seiner beruflichen Laufbahn steht, macht sich über die Absicherung seiner Arbeitskraft oft wenig Gedanken. Dabei ist ein gesichertes Einkommen von fundamentaler Bedeutung für die weitere Lebensplanung. Vor allem da in den ersten Jahren keinerlei gesetzlicher Schutz besteht. Da am Beginn der Karriere meist das nötige Kleingeld fehlt, wird eine BU-Absicherung häufig vernachlässigt. Mit der Starter-BU von AXA können Sie Berufsstartern jetzt einen umfassenden Schutz bieten – bei Bedarf inklusive einer ausbaufähigen Altersvorsorge. Und das alles zu einem extrem günstigen Einstiegsbeitrag.



Mehr Informationen  
zur Starter-BU von AXA  
finden Sie unter  
[www.AXA-Makler.de](http://www.AXA-Makler.de)





## Die spontane Anzeigepflicht des Versicherungsnehmers – Von gestern?

Die spontane Anzeigepflicht war lange ein Thema, das insbesondere im Zusammenhang mit Berufsunfähigkeitsversicherungen zu Rechtsstreitigkeiten führte. Seit Einführung des VVG 2008 gibt es sie jedoch nicht mehr. In der Praxis versuchen Versicherer trotzdem hin und wieder, sie heranzuziehen, um vom Vertrag zurücktreten zu können.

**D**ie spontane Anzeigepflicht im Versicherungsvertragsrecht, das heißt die Pflicht, ungefragt Auskünfte zu erteilen, gibt es seit Einführung des VVG 2008 nicht mehr. Allerdings kommen Fälle in der Praxis vor, bei denen sich für den Versicherer die Frage stellt, ob eine solche – gegebenenfalls über Umwege – nicht doch wieder eine Rolle spielen kann, wie ein Urteil des Oberlandesgerichts (OLG) Celle zeigt: Der Kläger hatte im Jahr 2013 eine Pflegegeldversicherung für sein Kind abgeschlossen. Bei den durchgeführten U6- und U7-Untersuchungen wurde eine globale Entwicklungsverzögerung mit der Bemerkung „macht zuletzt tolle Fortschritte“ angemerkt. Der Antrag auf Pflegegeldversicherung, den der Kläger für sein Kind nach diesen Untersuchungen stellte, enthielt einen detaillierten Fragenkatalog zu Gesundheitsangaben, die der Kläger alle richtig und vollständig beantwortete. Noch vor Antragstellung und vor Abschluss der Versicherung wurde dem Kind Blut für eine genetische Untersuchung abgenommen, die jedoch im Zeitpunkt der Antragstellung und bei Vertragsschluss noch nicht abgeschlossen war. Es waren nur weitere Untersuchungen vorgesehen.

### Chromosomenuntersuchung noch nicht abgeschlossen: Versicherer beruft sich auf arglistige Täuschung

Die danach erfolgte Chromosomenuntersuchung des Kindes ergab schließlich eine Erkrankung, die auch als De-Grouchy-Syndrom Typ II bezeichnet wird. Diese hatte zu einer Entwicklungsstörung und motorischen Defiziten geführt. Da mit der Erkrankung die Voraussetzungen der Pflegestufe I erfüllt waren, machte der Kläger Ansprüche auf Versicherungsleistungen aus dem abgeschlossenen Vertrag geltend. Der Versicherer berief sich daraufhin auf eine vorvertragliche Anzeigepflichtverletzung des Versicherungsnehmers, trat vom Vertrag

zurück und lehnte schließlich die Leistung ab. Letztlich focht der Versicherer den Vertrag wegen einer arglistigen Täuschung des Versicherungsnehmers bei Vertragsschluss an und berief sich zur Begründung auf die Nichtangabe gefahrerheblicher Umstände.

Nachvollziehbar ist, dass der Versicherer das Risiko bei Kenntnis der Chromosomenerkrankung nicht hätte übernehmen wollen. Gleichzeitig hatte aber auch der Kläger bei Vertragsschluss keine Kenntnis von der Krankheit. Eine Entwicklungsverzögerung kann viele Ursachen haben und auch folgenlos wieder verschwinden. Dem Versicherungsnehmer war somit keine der erfragten Erkrankungen bekannt. Die Eltern des Kindes hatten alle erfragten Umstände, soweit erkennbar, vollumfänglich beantwortet. Der Versicherer hätte grundsätzlich nur dann Rechte aus der Nichtangabe der Entwicklungsstörung ableiten können, wenn es sich um anzeigepflichtige Umstände gehandelt hätte. Genau das war hier aber fraglich.

### Voraussetzungen für Anzeigepflicht

Für die vorvertraglichen Anzeigepflichten des Versicherungsnehmers hat der Gesetzgeber in den Regelungen des VVG

2008 unter § 19 konkrete Voraussetzungen geschaffen. Danach besteht eine Anzeigepflicht nur noch hinsichtlich von Fragen, die der Versicherer in Textform gestellt hat. So muss der Versicherer konkrete Fragen nach den für ihn gefahrerheblichen Umständen stellen. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass es eine spontane Anzeigepflicht, wie diese vor Einführung des VVG 2008 noch befürwortet wurde, nicht mehr gibt.

Nun tauchen in der Praxis Fälle wie dieser auf, in denen der Versicherer nachträglich feststellt, dass er sich bei Kenntnis von bestimmten nicht angezeigten Umständen gegen einen Vertragsabschluss entschieden hätte. In diesen Fällen ist es wiederholt zu einer Arglistanfechtung gekommen, sofern die tatsächlich in Textform gestellten Fragen des Versicherers eine Falschbeantwortung durch den Versicherungsnehmer nicht erkennen ließen und dem Versicherer somit das Rücktrittsrecht verwehrt ist.

### Fragen des Versicherers sind als abschließend anzusehen

Das OLG Celle hat in seinem Urteil grundsätzlich daran festgehalten, dass es eine spontane Anzeigepflicht nicht gibt. Zudem käme eine über den schriftlichen Fragenkatalog hinausgehende Aufklärungspflicht nur in absoluten Ausnahmefällen, praktisch aber gar nicht mehr in Betracht. Dies wurde damit begründet, dass es der Versicherer in der Hand hat, über die von ihm gestellten Fragen konkret Auskünfte über Umstände zu erhalten, die für den Vertragsabschluss für ihn von Interesse sind. Eine weitergehende Aufklärungspflicht bestehe demnach nur bei Umständen, die einerseits offensichtlich gefahrerheblich, andererseits aber so ungewöhnlich sind, dass eine auf sie abzielende Frage nicht erwartet werden könne.

Diese Einschränkung ist leider nicht wirklich greifbar und damit sehr unpraktikabel. Insbesondere ist nicht erkennbar, in welchen Fällen eine solche Ausnahme anzunehmen ist. Der Versicherungsnehmer und auch der durchschnittliche Makler wird eine vom Versicherer gestellte Frage immer als abschließend ansehen und sie beantworten. Das hat das OLG genauso festgestellt, wonach einerseits der Versicherungsnehmer berechtigt

sein muss und andererseits auch darauf vertrauen kann, dass die gestellten Fragen des Versicherers als abschließend anzusehen sind. Ist dies der Fall, besteht schon gar kein Anhaltspunkt für den Versicherungsnehmer, darüber hinausgehende Umstände mitzuteilen. Das OLG Celle hat zudem bestätigt, dass es der Versicherer in der Hand hat, mittels seines Fragenkataloges Umstände zu erfragen, die er für seinen Vertragsabschluss als wichtig und erheblich ansieht. Stellt er keine Fragen zu weiteren Umständen, muss demnach der Versicherungsnehmer davon ausgehen können, dass diese gerade nicht gefahrerheblich sind.

Tatsächlich hatte das OLG Celle in dem Fall folgerichtig eine vorvertragliche Anzeigepflichtverletzung verneint. Dies wurde damit begründet, dass der Versicherer gerade nicht nach einer bloßen Entwicklungsverzögerung gefragt hatte. Weiterhin muss eine Entwicklungsverzögerung nicht krankheitsbedingt sein. Es gibt doch eine Reihe von natürlichen Ursachen, insbesondere auch die Möglichkeit, dass eine Entwicklungsverzögerung sich wieder „auswächst“ und das Kind sich in der Folge normal entwickelt. In dem zu entscheidenden Fall hatte der Versicherer einen sehr umfangreichen Fragenkatalog in seinem Antragsformular verwendet. In der Praxis findet sich eine Reihe von Versicherern, die ihren Fragenkatalog beispielsweise auf ein bis zwei Fragen reduziert haben. Für diese Fälle, in denen der Versicherer auf die Verwendung eines umfassenden Fragenkatalogs verzichtet, ist festzustellen, dass der Versicherer gerade auf die Mitteilung weiterer Umstände verzichtet. In diesen Fällen wird sich der Versicherer jedenfalls nicht über den Umweg der spontanen Anzeigepflicht später auf nicht angezeigte Umstände berufen können.

### BGH-Urteil mit Spannung erwartet

Die Notwendigkeit für die Wiedereinführung einer spontanen Anzeigepflicht erschließt sich nicht. Bisher hat sich der BGH zu diesem Rechtsproblem noch nicht äußern können. Eine BGH-Entscheidung zu diesem Thema darf mit Spannung erwartet werden. Alle Lager dürften sich jedoch einig sein, dass es grundsätzlich eine spontane Anzeigepflicht des Versicherungsnehmers heute nicht mehr gibt, allenfalls Ausnahmefälle bedürfen einer juristischen Aufarbeitung. ■



Von Rechtsanwältin Kathrin Pagel, Fachanwältin für Versicherungsrecht, Partnerin in der Kanzlei Michaelis

## Universal-Investment kooperiert mit finnischer Aktia AM

(ac) Aktia Asset Management betritt den deutschen Markt. Der finnische Fondsmanager hat eine strategische Partnerschaft mit Universal-Investment gestartet. Zusammen wollen die beiden Gesellschaften die Fonds von Aktia AM nach Deutschland und in andere europäische Länder bringen. Die skandinavische Gesellschaft ist spezialisiert auf das Risikomanagement in Schwellenländern und verwaltet insgesamt ein Vermögen von 12 Mrd. Euro. Der erste in Deutschland erhältliche Fonds ist ein Frontier-Markets-Fonds in Lokalwährung, der auf der SICAV-Plattform von Universal-Investment lanciert wird. Die Auflegung soll den Ausgangspunkt für eine Palette an Schwellenmarktfonds für den europäischen Markt markieren.

## Credit Suisse startet Digital-Health-Aktienfonds

(ac) Die Credit Suisse hat einen neuen Aktienfonds aufgelegt. Der Credit Suisse (Lux) Global Digital Health Equity Fund investiert in die Profiteure der Digitalisierung des Gesundheitswesens. Hintergrund der Fondsaufgabe ist die Einschätzung, dass eben jene Digitalisierung das Gesundheitswesen revolutionieren wird.

### Wachstumsstärkstes Teilsegment

Die digitale Revolution des Gesundheitswesens hat laut Credit Suisse das Potenzial, nicht nur die Qualität der medizinischen Leistungen markant zu verbessern, sondern auch die ansteigenden Gesundheitskosten zu senken. Mit einem erwarteten Wachstum von 15% pro Jahr zählt Digital Health der Schweizer Bank zufolge zu den am stärksten wachsenden Segmenten des Gesundheitswesens.

### Drei Schwerpunktbereiche

Im Fokus des Credit Suisse (Lux) Global Digital Health Equity Fund liegen die drei Teilbereiche Forschung und Entwicklung, innovative Behandlungen und verbesserte Effizienz. Gesucht werden solide Aktien kleiner und mittelständischer Unternehmen, die in der Lage sind, innovative Produkte mit hohem kommerziellen Potenzial auf den Markt zu bringen, und die mindestens 50% des Umsatzes mit Digital Health erzielen.



## Kommentar: Bitte kein Bit



So unspektakulär das Börsenjahr 2017 auch war – ein Hype hat definitiv für Spektakel gesorgt: Bitcoin. Wer im Januar 2017 für 1.000 Dollar Anteile der Kryptowährung gekauft hat, konnte die gleiche Menge gegen Ende des Jahres für zeitweise über 20.000 Dollar verkaufen. Eine glatte Verzwanzigfachung in weniger als einem Jahr. Allein innerhalb eines Tages legte die Kryptowährung zeitweise über 4.000 Dollar zu. Das Goldfieber im 19. Jahrhundert war im Vergleich dazu ein leichter Schnupfen. Und selbst die berühmt berüchtigte Tulpenblase kann mit dem Bitcoin-Hype nicht mithalten. Schließlich wurde damals wenigstens mit irgendetwas Physischem gehandelt – und nicht nur mit einer Luftwährung im digitalen Raum.

Wer in diesen Hype investiert, muss sich immer klar sein, dass er so enden kann wie Laszlo Hanyec vor sieben Jahren. Der Programmierer und Bitcoinbegeisterte der ersten Stunde konnte sich im Mai 2010 für seine 10.000 Bitcoins gerade mal zwei Pizzen im Wert von 40 Dollar bestellen. Zum Vergleich: In der Spitze war die gleiche Menge im

Dezember 2017 über 200 Mio. Dollar „wert“. Daraus können aber jederzeit wieder zwei Pizzen werden, denn Bitcoin lebt einzig und allein vom Glauben. Im Gegensatz zu einer richtigen Währung sind die Kryptowährungen mit nichts als Bits und Bytes hinterlegt.

Dass die Zocker angesichts der explosionsartigen Kursgewinne fleißig mitfiebern, ist legitim und nachvollziehbar. Mit einer seriösen und langfristigen Kapitalanlage hat die Luftnummer Bitcoin aber kein Stück zu tun. Statt sich die Finger an einer weiteren Blase zu verbrennen, sollten Sparer und vor allem Berater und Vermittler die Kryptowährungen daher lieber aus der sicheren Entfernung betrachten – statt sich mit dem Fieber anzustecken.



Von Michael Herrmann, AssCompact

## Deutsche Asset Management wird wieder zu DWS

(ac) Die Deutsche Bank hat beschlossen, ihre Fondstochter erneut umzubenennen. Aus Deutsche Asset Management wird wieder DWS. Das hat die Bank vor dem Börsengang der Tochtergesellschaft bekannt gegeben. DWS wird als neue globale Dachmarke eingeführt. Gleichzeitig wurden das neue Führungsteam sowie die künftige Governance-Struktur des eigenständigen Asset-Management-Geschäfts bekannt gegeben. DWS als Dachmarke wird die gesamte Bandbreite des Geschäfts abdecken. Dazu zählen neben Kompetenzen im Geschäft mit institutionellen Kunden und der Betreuung von Privatkunden auch das aktive und passive Fondsmanagement sowie das Anlagesegment der alternativen Anlagen.

### Abschluss 2018

Neben dem neuen Markennamen wird das Unternehmen auch ein neues Logo erhalten, das die dynamische und zukunftsweisende Identität der Marke zum Ausdruck bringen soll. Die Markenumstellung aller Einheiten und Produktlinien soll schon 2018 abgeschlossen werden. Die ETF-Marke Xtrackers und die Immobilien-Marke RREEF sollen auf Produktebene beibehalten werden.

### Neues Struktur

Die Deutsche AM erhält zugleich schon im ersten Quartal 2018 eine neue Struktur und wird in Zukunft in Form einer GmbH & Co. KGaA (Kommanditgesellschaft auf Aktien) operieren. Diese Struktur ermögliche eine operative Eigenständigkeit, um die Verfolgung der Wachstumsziele zu unterstützen. Gleichzeitig bleibe der Einfluss der Deutschen Bank zur Erfüllung der aufsichtsrechtlichen Vorgaben gewahrt.

### Neues Führungsteam

Karl von Rohr, Chief Administrative Officer der Deutschen Bank, wird im Rahmen der neuen Struktur Vorsitzender des Aufsichtsrats der Deutschen AM. Diesem Gremium werden unabhängige Mitglieder, weitere Vertreter der Anteilseigner und Arbeitnehmervertreter angehören. Die genaue Zusammensetzung des Aufsichtsrats wird zu gegebener Zeit festgelegt. Im ersten Quartal 2018 wird auch das designierte Führungsteam seine Arbeit aufnehmen. Seine Mitglieder verfügen über durchschnittlich 23 Jahre Branchenerfahrung, davon im Schnitt 14 Jahre bei der Deutschen AM oder der Deutsche Bank Gruppe. Die designierten neuen Geschäftsführer sind Nicolas Moreau, Claire Peel, Jon Eilbeck, Nikolaus von Tipelskirch, Stefan Kreuzkamp, Pierre Cherki, Bob Kendall und Thorsten Michalik.



# Jung und aktiv

## Golden BU Start: Smart starten, clever kombinieren und flexibel anpassen

**Golden BU Start:  
Jetzt schon für  
Schüler ab zehn Jahren**

- 100-prozentiger BU-Schutz von Anfang an
- günstige Berufseinstufung als Schüler
- reduzierte Beiträge in den ersten zehn Jahren



## Fidelity gibt Details der neuen Managementgebühr bekannt

(ac) Fidelity International hat Einzelheiten seines neuen Modells der variablen Managementgebühr bekannt gegeben. Diese stellt einen gleitenden Tarif dar, bei dem Risiko und Rendite in beide Richtungen geteilt werden sollen. Fidelity sieht darin das klare Bekenntnis zum aktiven Fondsmanagement. Die Gesellschaft reduziert beim neuen Modell die jährliche Managementgebühr der entsprechenden Anteilsklassen um 10 Basispunkte. Der variable Gebührenanteil steigt, wenn der Fonds sich besser als der Index entwickelt, und fällt, wenn er schwächer abschneidet. Der Gebührensatz bewegt sich dabei in einer Bandbreite von 20 Basispunkten um die jährliche Gebühr.

### Höchst- und Mindestgebühren

Der Höchst- bzw. Mindestgebührensatz wird erreicht, wenn der Fonds auf annualisierter Basis die Wertentwicklung des relevanten Marktindex um 2% über- bzw. unterschreitet. Dabei wird die Wertentwicklung über einen gleitenden Dreijahreszeitraum kalkuliert. Die Managementgebühr wird von ihrem Basissatz aber erst angehoben, wenn die Wertentwicklung des Fonds nach Abzug aller sonstigen Gebühren und Kosten die Wertentwicklung des Marktindex übersteigt.

### Ab dem 01.03.2018 gültig

Die neue Gebühr gilt zunächst für folgende Fonds: Fidelity Funds America – Y – ACC – EUR, Fidelity Funds America – Y – ACC – USD, Fidelity Funds Emerging Markets Focus – I – ACC – USD, Fidelity Funds Emerging Markets Focus – Y – ACC – USD, Fidelity Funds European Growth – Y – ACC – EUR, Fidelity Funds European Larger – Y – ACC – EUR, Fidelity Funds World – Y – ACC – EUR. Weitere Anteilsklassen der Fidelity-Fondsreihe sollen folgen. Die variable Managementgebühr gilt vorbehaltlich der Zustimmung der Aufsichtsbehörden ab dem 01.03.2018 und zunächst für die provisionsfreien Anteilsklassen von ausgewählten aktiv verwalteten Aktienfonds der gepoolten Fondsreihe von Fidelity. Insgesamt seien etwa 17% des verwalteten Aktienfondsvermögens betroffen.

## M&G Investments legt ersten börsennotierten Infrastrukturfonds der Welt auf

(ac) M&G Investments hat einen neuen Fonds im Angebot. Der M&G (Lux) Global Listed Infrastructure Fund des internationalen Vermögensverwalters investiert weltweit in Infrastrukturaktien. Der Fonds zielt sowohl auf ansteigende Ertragsströme als auch auf langfristigen Kapitalzuwachs ab und investiert in Unternehmen, die bedeutende physische Infrastrukturanlagen besitzen oder kontrollieren und mit denen sie das weltweite Wirtschaftswachstum fördern.

### Inflationsschutz

Ein weiterer Anlagefokus des Fonds sind Unternehmen, deren Vermögenswerte das Funktionieren der Gesellschaft im Alltag unterstützen. Die Einnahmen aus derartigen Unternehmen sind laut M&G oft inflationsgeschützt. Aktieninvestoren kommen demnach die stabilen und wachsenden Cashflows, die die Firmen generieren, zugute, da diese Werte typischerweise eine im Vergleich zu globalen Aktien höhere Rendite bei geringerer Volatilität bieten. Die Strategie stützt sich auf ein eigenes globales Anlageuniversum, das Tiefe und Liquidität bietet. Der Fonds investiert sowohl in geografischer Hinsicht als auch bezüglich der Segmente diversifiziert. Zu den klassischen Kerninfrastrukturanlagen kommen moderne Elemente der zunehmend digitalen und vernetzten Welt hinzu.

### Nachhaltige Kriterien berücksichtigt

Die Anlage in langlebige Unternehmen und physische Vermögenswerte verlangt M&G zufolge eine entschlossene Fokussierung auf Nachhaltigkeit. Daher bezieht der Fonds ESG-Kriterien (Umwelt, Soziales und Governance) in die Anlage ein. Da Infrastrukturfirmer zunehmend mehreren Interessengruppen gegenüber rechenschaftspflichtig sind, ist das Management bestrebt, Risiken zu minimieren, Kapital zu erhalten und die Ersparnisse der Kunden langfristig zu mehren.



Der neu aufgelegte M&G (Lux) Global Listed Infrastructure Fund investiert in die gesamte Bandbreite der klassischen und modernen Infrastruktur.

## UBS Asset Management legt globalen Nachhaltigkeitsfonds auf

(ac) UBS Asset Management (UBS AM) bringt den UBS (Lux) Equity SICAV – Global Impact Fund (USD) (LU1679116845) auf den Markt. Der offene globale Aktienfonds ist in langfristige Wachstumsmöglichkeiten investiert und soll neben beständigen Erträgen positive Wirkungen im sozialen und ökologischen Bereich erzielen, da er in Unternehmen investiert ist, die Lösungen bereitstellen für bedeutende globale Herausforderungen wie Klimawandel, Luftverschmutzung, Wasserqualität und -knappheit, Behandlung von Krankheiten und Ernährungssicherheit.

Der Fonds wird von Bruno Bertocci, Leiter der Abteilung Sustainable Equity Investors bei UBS AM, gemanagt und einem mit hoher Überzeugung vertretenen Ansatz folgen, mit dem ein aus 40 bis 80 Einzeltiteln bestehendes, konzentriertes Aktienportfolio zusammengestellt wird. Es wird ein aktiv gemanagter Portfolio-Anteil von 90% angestrebt und mehr als 22% des Fondsvolumens werden auf die zehn größten Einzelpositionen entfallen. Als Referenzindex für den Fonds dient der MSCI All-Country WorldIndex, wobei bis zu 25% des Fondsvermögens in Small- und Mid-Cap-Firmen angelegt werden.

## Crowdinvesting-Plattform Innovestment insolvent

(ac) Der in Berlin ansässige Crowdfunding-Anbieter Innovestment hat Insolvenz angemeldet. Die Zukunft der Plattform wird im Rahmen des Insolvenzverfahrens geprüft. Innovestment hat eigenen Angaben zufolge seit dem Start im Jahr 2011 ein Anlegerkapital von insgesamt 6,6 Mio. Euro vermittelt. Die Summe verteilte sich auf insgesamt 40 Projekte. Über vier Fünftel der Projekte sind laut Innovestment noch aktiv. Die Investments der Anleger sind laut Innovestment nicht von der Pleite der Plattform betroffen, da die Verträge der Anleger mit den Emittenten nicht davon betroffen seien. Die Emittenten müssen zukünftig aber voraussichtlich ohne die Plattform mit den Anlegern kommunizieren.

Anzeige

# AssCompact

HEFTVORSCHAU 02|2018

## » Titelformat

Interview mit Uwe Schumacher, Rainer Brand und Horst-Ulrich Stolzenberg, Vorstände der DOMCURA AG

## » Sonderthemen

Hausrat und Wohngebäude  
Digitalisierung

## » Weitere Themen

Fachbeitrag der adesso insurance solutions zur Zukunft der Kompositversicherung, Erläuterungen von Vertriebstrainer Roger Rankel zu Leadloops und Customer Journey, Abhandlung von Rechtsanwalt Dr. Frank Baumann zur Rückforderung von Provisionen und weitere spannende Artikel sowie zahlreiche Kurzmeldungen zu aktuellen Themen.

Das Heft erscheint in der ersten Februarwoche.



## Vermittler meiden geschlossene Investmentfonds

(ac) Für das aktuelle AfW-Vermittlerbarometer wurden 1.600 Teilnehmer online befragt, unter anderem auch zum Thema geschlossene Sachinvestments. Von den befragten Vermittlern antworteten knapp 60%, dass sie diese vermitteln und damit Finanzanlagenvermittler nach § 34f Abs. 1 Nr. 2 GewO sein müssen. Als Grund, warum sie das tun, gaben zwei Drittel davon an, dass Sachwerte in jedes Portfolio gehörten.

### Zu wenige vertriebsfähige Angebote

Mehr als die Hälfte (55%) von ihnen bemängelte aber, dass es derzeit nicht genügend vertriebsfähige geschlossene Sachinvestments für Privatanleger gebe. Im vergangenen Jahr lag der Prozentwert noch bei 41%. Dies dürfte auch darauf zurückzuführen sein, dass es Angebote nur in wenigen Asset-Klassen gibt. Aufgelegt werden meist Immobilienfonds. Als weitere Hemmnisse nennen die Befragten aber auch, dass ihre Kunden bereits schlechte Erfahrungen mit dem Produkt gemacht hätten oder auch, dass das Produkt rechtlich zu komplex und damit zu beratungsintensiv sei.

### „Nie vermitteln“

Gefragt wurden die Teilnehmer des Weiteren, was getan werden müsse, damit sie mehr geschlossene Investmentvermögen vermitteln. Hierauf antworteten Erlaubnisinhaber beispielsweise, bessere Argumentationshilfen zu gesetzlichen Änderungen oder mehr Informationen zur Kostensituation würden helfen. An der Umfrage teilnehmende Vermittler, die keinen 34f haben, äußerten sich dagegen ziemlich eindeutig: Von ihnen antworteten fast drei Viertel, dass sie – egal was passiert – nie geschlossenes Investmentvermögen vermitteln würden.

## Zweitmarkthandelsplattform für Direktinvestments gestartet

(ac) Die Deutsche Zweitmarkt AG hat eine neue Plattform gestartet. Unter [zweitmarkt-direktinvestments.de](http://zweitmarkt-direktinvestments.de) können zukünftig bereits laufende Direktinvestments in Container oder Wechselkoffer gehandelt werden. Zu Beginn sind über 215 verschiedene Angebotstranchen gelistet. Verkäufer sollen durch das neue Angebot ihr Portfolio schnell und unkompliziert optimieren und frische Liquidität gewinnen können, Käufer hingegen Sachwerte finden, die ihre Werthaltigkeit bereits am Markt beweisen konnten.

### Höchstbieterprinzip

Der Handelsablauf orientiert sich am Zweitmarkthandel mit geschlossenen Fonds und erfolgt in Form einer Auktion. Am Ende der Auktionszeit erhält der Höchstbieter den Zuschlag. Bei gleicher Höhe erhält der Bieter den Zuschlag, der das Gebot früher abgegeben hat. Die rechtliche und wirtschaftliche Übertragung des Direktinvestments erfolgt im Anschluss durch einen standardisierten Kauf- und Übertragungsvertrag. Die Deutsche Zweitmarkt AG fungiert dabei als Makler und übernimmt den gesamten Schriftverkehr zwischen den Parteien.

### Börsenüberwachung

Für die notwendige Sicherheit soll die Überwachung durch die Börsen Hamburg und Hannover sorgen. Noch erfolgt allerdings kein Handel auf der Plattform. Hintergrund ist, dass Käufer sich erst erfolgreich registrieren und legitimieren müssen. Das werde bei den ersten Kunden in etwa zwei Wochen der Fall sein.



Schiffscontainer sind nicht nur im Welthandel, sondern auch als Direktinvestments beliebt – und ab sofort auch über den Zweitmarkt handelbar.

## HEH AG legt neuen Flugzeugfonds auf

(ac) Die HEH AG hat den Vertriebsstart eines neuen Flugzeugfonds verkündet. Der „Flugzeugfonds 21 – HEH Alicante“ investiert in einen Regionaljet, der langfristig an die spanische Fluggesellschaft IBERIA regional/Air Nostrum vermietet ist. Konkret hat die HEH Aviation „Alicante“ GmbH & Co. geschlossene Investment-KG, die von der Hamburg Asset Management HAM Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH verwaltet wird, einen Regionaljet vom Typ Bombardier CRJ 1000 übernommen.

### HEH-Sicherheitskonzept

Mit der neuen Maschine ist die HEH-Flotte auf 24 Passagierflugzeuge angewachsen. Der Regionaljet ist seit seiner Ablieferung für zehn Jahre an die Fluggesellschaft IBERIA regional/Air Nostrum vermietet. Die Konzeption folgt dem HEH-Sicherheitskonzept, das bei den früheren Flugzeuginvestments zum Einsatz kam. Das Fondsflugzeug wurde zu einem Preis von 26,5 Mio. Dollar erworben. Damit ist es laut HEH um rund 600.000 Dollar günstiger als der gutachterlich ermittelte Marktwert.

### Gesamtauszahlung von 185%

Die Aufnahme der Fremdfinanzierung erfolgte, wie auch die zukünftigen Zahlungen der Leasingraten, in Euro. Innerhalb der 120-monatigen Laufzeit des Erstleasingvertrages mit IBERIA regional/Air Nostrum soll die Fremdfinanzierung vollständig zurückgeführt werden. Die Gesellschafter erhalten ab Beitritt jährliche Auszahlungen von zunächst 7,5% p. a. auf die Einlagen, die vierteljährlich ausbezahlt werden sollen. Während der geplanten Fondslaufzeit sollen die Auszahlungen auf 15% p. a. ansteigen; insgesamt sind Auszahlungen für die Investoren von 185% vorgesehen.

### Vorzugsrecht für Altfonds-Warteliste

Die HEH Vertriebsgesellschaft mbH hat den Vertrieb der Anteile übernommen. Alle Anleger der Warteliste, die beim Vorgängerfonds nicht zum Zuge gekommen sind, erhalten die Möglichkeit eines bevorzugten Beitrittes für HEH Alicante. HEH erwartet angesichts des hohen Interesses am Vorgänger, dass das Emissionskapital in Höhe von 14,5 Mio. Euro zügig platziert wird.

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](http://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.



# Versicherungsmakler und Finanzberater: Kooperation statt Konkurrenz

Versicherungsmakler befinden sich in einer historisch einmaligen Situation. Durch die Zusammenarbeit mit Finanzanlageberatern können sie aber trotz aller regulatorischen Herausforderungen und eines anhaltend schwierigen Kapitalmarktumfelds die Chancen der Anlageberatung für sich nutzen.

**V**ersicherungsmakler haben sich in den letzten Jahren immer häufiger aus der Kapitalanlageberatung zurückgezogen und die § 34f-Zulassung zurückgegeben, ruhen lassen oder erst gar nicht beantragt. Auch an Versicherungsgesellschaften gebundene Vermittler nutzen häufig nicht das mögliche Geschäftspotenzial der Kapitalanlageberatung.

## Was sind die Gründe dafür?

Die Beweggründe sind in zwei Bereichen zu suchen: Zum einen haben die regulatorischen Vorgaben seitens der Aufsichtsbehörden in Form von MiFID II im Bereich der Kapitalanlage dazu beigetragen. Gleiches gilt für die in Vorbereitung befindlichen Vorgaben aus der IDD, die wohl 2018 weiter konkretisiert und danach zur Umsetzung anstehen wird. Zum anderen trägt auch die Entwicklung an den Kapitalmärkten zur Zurückhaltung der Versicherungsmakler bei. Es ist nicht mehr „trivial“ eine Summe  $x$  anzulegen, was vor Jahren mit Anleihen noch möglich war. Heute gilt der Grundsatz, dass für eine höhere Rendite als null zwingend eine höhere Risikoeinstufung nötig ist. Das macht eine umfassende Beratung zur Feststellung des akzeptierten spezifischen Risiko-Chance-Verhältnisses des Kunden notwendig.

## Standard reicht nicht mehr aus

Die zu empfehlende Diversifizierung des Anlagevolumens setzt umfangreiche Kapitalmarkt- und Anlageproduktkenntnisse

voraus und dass diese vor allen Dingen auch gepflegt werden. Die permanente Beobachtung erfordert einen hohen Zeitaufwand. Das Ziel muss dabei stets sein, dem Kunden ein konkurrenzfähiges und individuell auf seine Bedürfnisse zugeschnittenes Anlagekonzept vorzustellen. Nur Standardanlageprodukte anzubieten, entspricht nicht den Anforderungen an umfassende Beratung und wird den unterschiedlichen Anlagezielen und persönlichen Risikoempfindungen der Kunden nicht gerecht. Dies alles neben den Herausforderungen der Versicherungstätigkeit zu leisten, wo ebenfalls neue Produkte und Tarife erarbeitet werden müssen, ist eine enorme Herausforderung. Schließlich sind es zwei unterschiedliche Kompetenzen, die sich zwar an einigen wenigen Stellen überlappen, aber insgesamt sehr gut ergänzen.

## Historisch einmalige Situation

Versicherungsmakler und der Anlageberater befinden sich in einer historisch einmaligen Situation. Wir befinden uns inmitten eines 0%-Zinsumfelds und die-

ser Zustand wird sich auf Sicht nicht wesentlich ändern. Daraus ergibt sich aber, dass Anleger immer häufiger fragen, wie heute noch eine Rendite erwirtschaftet werden kann und mit welchem Risiko.

Aufgrund des demografischen Wandels und niedriger Zinsen erwarten Experten in weiten Teilen der Bevölkerung zudem eine sich verstärkende Altersarmut, die immer häufiger thematisiert wird. Jeder Bürger sollte privat vorsorgen. Doch genau zu diesem Zeitpunkt ziehen sich Banken aus dem Beratungsgeschäft mehr und mehr zurück und überlassen ihre Kunden bei der Geldanlage sich selbst. Auch deshalb sind FinTechs und Robo Advisor aufgekommen, die mittlerweile Konkurrenz zum althergebrachten Beratungsgeschäft sind.

### Cross-Selling-Möglichkeiten

Diese Situation sollte genutzt werden, um das Thema Geldanlage in den Vordergrund zu rücken. Der Versicherungsmakler befindet sich am „Lebensnerv“ des Kunden. Vielleicht ist ihm dieser Umstand gar nicht direkt bewusst. In vielen Lebenssituationen ist er ein wichtiger Ansprechpartner. Egal ob beim Kauf und Verkauf von Immobilien, der Inanspruchnahme der Rechtsschutzversicherung im Arbeitsrecht oder der Beratung von auslaufenden Lebensversicherungen: Er genießt Vertrauen. Hier ergeben sich Cross-Selling-Möglichkeiten, in die der Makler sowohl seine eigene als auch die Kompetenz eines Partners wie zum Beispiel der unabhängigen Vermögensberatung DIGNUS Financial Advisor ins Spiel bringen kann.

### Der Makler als One-Stop-Shop

Wie können Versicherungsmakler und Anlageberater in Partnerschaften davon konkret profitieren? Zum Beispiel, wenn der Anlagesuchende erfährt, dass ihm sein Makler und Ansprechpartner dank eines professionellen Partners als One-Stop-Shop Altersvorsorgeprodukte, Fondspolice und auch Anlagestrategien aus 10.000 Fonds und vielen Tausenden ETFs erarbeiten kann, und das mit hoher Kompetenz. So kann dem Kunden nach ausführlicher Beratung ein breit diversifiziertes, ganzheitliches Altersvor-

sorgekonzept angeboten werden. Immer vor dem Hintergrund, den Kunden „im Haus“ zu halten und nicht an Vermögensverwaltungen oder Banken zu verlieren. Ziel kann es aus Sicht des Maklers auch sein, eine weitere ertragreiche Dienstleistung anbieten zu können. Dafür ist es aber möglicherweise notwendig, Kompetenz aufzubauen, um den beschriebenen Qualitätskriterien zu entsprechen. Dies kann er tun, indem er Coaching-Angebote eines freien Beraters nutzt, die ihn updaten und gemeinsame Anlagestrategien erarbeiten lassen. Hier übernimmt der Makler den gesamten Kundenkontakt, wobei der Anlageberater das Coaching des Maklers übernimmt.

### Partnerschaftliche Symbiose

Häufiger anzutreffen ist allerdings die Partnerschaft. Diese kann sehr unterschiedlich aufgesetzt sein. Interne und externe Lösungen sind möglich. Mandanten und Kunden werden in beiden Fällen gemeinschaftlich beraten. Der Anlageberater lebt dabei vom Vertrauen zum Makler und muss dies rechtfertigen. In dieser gemeinschaftlichen Symbiose lernt der Kunde eine umfassende, unabhängige und ganzheitliche Beratung von hoher Qualität kennen. In diesem One-Stop-Shop erhält er Angebote im Bereich der Altersvorsorge mit Versicherungslösungen wie Fondspolice und Rentenangeboten genauso wie eine mittel- und langfristige Anlagestrategie mit offenen Kapitalmarktprodukten.

### Win-win-win-Situation

So ergibt sich eine Win-win-win-Situation. Der Makler nutzt durch eine Zusammenarbeit mit einem eingegliederten oder auch externen Anlageberater sein volles Geschäftserweiterungspotenzial. Der Kapitalanlageberater hat wiederum die Möglichkeit, vom gewährten Vertrauen seines Partners zu profitieren und sein Volumen auszuweiten. Der Kunde erhält dadurch die volle Kompetenz der Beratung: sowohl die uneingeschränkte des Versicherungssektors wie auch die umfangreiche Kapitalmarktexpertise seines Kapitalanlageberaters. Versicherungen und umfassende Kapitalanlage in gemeinsamer Zusammenarbeit für den Kunden anbieten – dank professioneller Zusammenarbeit von Versicherungsmaklern und Finanzberatern muss das kein Ding der Unmöglichkeit sein. ■



Von Michael Wallmeyer,  
Inhaber der DIGNUS Financial Advisor e. K.



# „Versicherer haben bei der Kapitalanlage noch großes Effizienzpotenzial“

Interview mit Marcus Severin, Head Insurance Asset Management Germany/Austria bei BlackRock

Das anhaltende Niedrigzinsumfeld hat nicht nur für Kleinsparer gravierende Folgen, sondern auch für die Kapitalanlage der Versicherer. Sie nimmt laut einer Studie von BlackRock nicht nur eine immer wichtigere Rolle innerhalb der Gesellschaften ein, sondern hat sich speziell in diesem Jahr grundlegend geändert.

**Herr Severin, BlackRock hat die Bedeutung der Kapitalanlage für die deutsche und europäische Versicherungswirtschaft analysiert. Wie hat sich ihre Rolle innerhalb der Versicherer verändert?**

Die Kapitalanlage der Versicherer wird immer wichtiger für ihre Gesamtprofitabilität, weil aus dem eigentlichen Geschäft immer weniger zu holen ist. Nicht umsonst haben viele Versicherer das klassische Kapitallebensversicherungsgeschäft

„In den letzten zwei Jahren sind einige Versicherer stark auf die Kostenbremse getreten und haben zum Beispiel beim Vertrieb Kosten abgebaut. Nun wird auch die Profitabilität in den Anlageportfolios immer wichtiger.“

mittlerweile eingestellt oder es sogar bereits verkauft. Dieser Ertragsbringer ist durch die Mindestgarantien auf der einen Seite und die Niedrigzinsen auf der anderen Seite weitestgehend weggebrochen. Das Gesamtgeschäft geht somit in andere Bereiche, in denen die Risiken eher in Richtung der Kunden ausgelagert werden können. Doch auch bei der Kapitalanlage haben die Versicherer noch großes Effizienzpotenzial.

**Was bedeutet das konkret?**

Die Profitabilität lässt sich unter anderem durch eine Senkung der Kosten erhöhen. In den letzten zwei Jahren sind einige Versicherer stark auf die Kostenbremse getreten und haben zum Beispiel beim Vertrieb Kosten abgebaut. Nun wird auch die Profitabilität in den Anlageportfolios immer wichtiger.

**Weil im operativen Geschäft schon recht viel bei den Kosten passiert ist?**

Einerseits das. Es stellt sich aber insgesamt die Frage, wo sich im Versicherungsgeschäft überhaupt noch gute Erträge erzielen lassen. Versicherungen sind ein wettbewerbsintensiver Markt. Die Erträge sind rückläufig, nicht nur wegen der niedrigen Zinsen. Viele Anbieter gehen beim Verkauf der Produkte in die gleiche Richtung. Die Kapitallebensversicherung gibt es faktisch nicht mehr. Die ebenfalls sehr margenstarken privaten Krankenversicherungen sind auch unter Druck. Stattdessen sind Versicherer heute wieder mehr im klassischen Sachversicherungsgeschäft aktiv. Dort nachhaltig große Erträge zu erwirtschaften, ist

schwierig, weil es einen enormen Wettbewerb gibt. Deswegen suchen Versicherer nach alternativen Quellen neuer Erträge. Und das ist schlussendlich immer häufiger das Kapitalanlageportfolio – zumal dort immer noch viele Reserven schlummern.

Generell müssen die Anbieter aufgrund von vier Punkten ihre Strategien auf den Prüfstand stellen: Erstens belastet das Niedrigzinsumfeld, das uns schon mehrere Jahre begleitet und das uns mindestens noch für die nächsten zwei Jahre begleiten dürfte. Zweitens sorgt die Regulation für Druck. Vor allem Solvency II hat enorme Kosten mit sich gebracht, die erst über einen längeren Zeitraum relativiert werden können. Drittens schreitet die Digitalisierung immer weiter voran. Versicherer müssen teilweise ihre gesamte IT-Landschaft überdenken – und das in einer Phase, in der die Erträge schwächeln. Viertens ist der Kostendruck insgesamt in der Branche hoch. In diesem Umfeld wird es immer anspruchsvoller, den richtigen Weg zu finden.

**Wie stabil sind die europäischen Versicherer insgesamt vor diesem herausfordernden Hintergrund? Droht da vielleicht sogar ein Crash?**

Grundsätzlich ist die Versicherungswirtschaft in Europa und auch speziell in Deutschland sehr stabil aufgestellt. Die Solvenzquoten deuten nicht darauf hin, dass irgendjemand zusammenfallen wird. Nichtsdestotrotz ist der Druck in der Versicherungswirtschaft da. Und je länger der anhält, umso schwieriger wird es für die Versicherungswirtschaft oder zumindest für einzelne Vertreter davon. Ein Massensterben droht aber

definitiv nicht, denn es gibt genügend Möglichkeiten, um auf die herausfordernden Umstände zu reagieren.

### **Wie etwa durch die Anpassung ihrer Kapitalanlage. Wie versuchen die Versicherer, diese an die neuen Umstände anzupassen?**

In den letzten zwei, drei Jahren war deutlich feststellbar, dass die Versicherer ihr Risikobudget erhöht haben, um chancenreicher zu investieren. Sie sind zum Beispiel vermehrt in etwas exotischere Asset-Klassen gegangen. Das hat sich in diesem Jahr allerdings deutlich geändert.

### **Inwiefern?**

In der letzten Umfrage haben genauso viele Versicherer gesagt, dass sie ihre Risikobudgets erhöhen, wie dass sie sie verringern wollen. Wir haben somit ein Plateau erreicht, von dem aus Risikobudgets nicht mehr automatisch erweitert werden. Das führt dazu, dass die Optimierung innerhalb der Kapitalanlage einen deutlich höheren Stellenwert bekommt.

### **Und wie lässt sich die Investmentseite optimieren?**

Versicherer stellen sich vermehrt die Frage: Wo kann ich mit meinen Anlagen kostengünstiger sein? Das kann zum Beispiel durch den Wechsel von aktiven zu passiven Anlagen geschehen, aber auch durch den Wechsel von nach Solvency II teuren Kapitalanlagen hin zu Anlagen, bei denen nach Solvency II weniger Kapital vorgehalten werden muss. Zum Beispiel könnten Versicherer von relativ renditeschwachen Euro-Unternehmensanleihen mit niedrigen Ratings hin zu illiquideren Anlageklassen wechseln, die nach Solvency-II-Gesichtspunkten günstiger sind. Sie erhöhen dadurch die Risikobudgets nicht mehr, sondern optimieren sie innerhalb des vorhandenen Rahmens.

### **Was aber schwieriger ist, als einfach das Risikobudget zu erhöhen...**

Natürlich. Aber Potenzial ist hier noch reichlich vorhanden. Wir gehen jetzt in das zweite Jahr unter Solvency II. Die

Versicherer haben mittlerweile recht gut gelernt, wie sie sinnvoll mit dem neuen Regularium umgehen. Es haben sich einige Möglichkeiten aufgetan, um Budget sinnvoll einzusparen. Der Prozess ist gewiss noch nicht abgeschlossen. Aber die Lerneffekte setzen allmählich ein – auch beim Regulator selbst. So werden Infrastrukturanlagen mittlerweile bessergestellt, wenn sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Auch zukünftig wird es bei der einen oder anderen Asset-Klasse noch Anpassungen an die Praxis geben. Viele Anbieter sammeln gerade auch erste Erfahrungen in Bezug auf Standardmodelle vs. interne Modelle. In Deutschland betreibt nur eine Handvoll Versicherer interne Modelle. In den nächsten Jahren dürften das deutlich mehr werden.



Marcus Severin

### **Was genau sind interne Modelle?**

Unter Solvency II gibt es ein Standardmodell, nach dem Versicherer ihre Solvenzkapitalquote errechnen. Wenn Versicherer Kapazitäten und Experten in gewissen Asset-Klassen haben, können sie aber auch glaubhaft machen, dass sie die Risiken selber managen können und sich mit einem internen Modell in diesen Klassen besserstellen, und so die Solvenzkapitalquoten optimieren, sprich sie nicht mehr ganz so viel Kapital vorhalten müssen. Das kann natürlich nicht jeder. Da müssen Nachweise erbracht werden, dass ein Unternehmen tatsächlich dazu in der Lage ist. Hier sammeln die Gesellschaften gerade die ersten Erfahrungswerte. Mit einem internen Modell ist man schließlich nicht automatisch bessergestellt.

### **Wird dadurch auch die Zusammenarbeit von Versicherern und Fondsgesellschaften wichtiger?**

Diesen Trend sehen wir ganz definitiv. BlackRock erhält heute zu viel mehr Themen Anfragen als früher. Das Brot- und Buttergeschäft eines deutschen Versicherers sind europäische Anleihen und Aktien sowie deutsche Immobilien. Das haben Versicherer historisch gesehen immer im eigenen Haus betrieben. In den vergangenen Jahren haben sich einige Versicherungen aber auch spezielle Expertisen aufgebaut.

Auch das reicht aber mittlerweile nicht mehr, um die Renditevorgaben zu erfüllen. Illiquide Asset-Klassen wie Private Equity, In-

frastruktur oder Absolute-Return-Strategien werden immer stärker nachgefragt. All das sind aber Themen, die ein Versicherer im eigenen Haus nur selten managen kann. Diese Expertise aufzubauen, ist schlicht und ergreifend für die allermeisten Versicherer zu teuer. Dementsprechend werden immer mehr externe Strategien nachgefragt – und daran dürfte sich auch in Zukunft nichts ändern. ■

„Illiquide Asset-Klassen wie Private Equity, Infrastruktur oder Absolute-Return-Strategien werden immer stärker nachgefragt. All das sind aber Themen, die ein Versicherer im eigenen Haus nur selten managen kann.“

# Gold, Wertpapiere und Sparbuch im Vergleich



Viele Menschen sind in den aktuellen weltpolitischen Zeiten unsicher, wie sie ihr schwer verdientes Geld anlegen sollen. Die Situation für den Anleger ist fast aussichtslos. Zwar bieten Sparkassen und Banken verschiedene Produkte an, aber sind dies die optimalen Chancen, um Geld zu vermehren?

**D**ie Notenbanken drucken Geld wie im Wahn, gleichzeitig drohen Notenbanker und Politiker damit, das Bargeld abzuschaffen. Zinsen gibt es auch nicht mehr, sogar Strafzinsen sind schon eingeführt worden. Der unverbeserliche Sparer zahlt also schon lange drauf.

Bei Aktien und Wertpapieren überlegen sich die Anleger genau, ob sie das Risiko der Spekulation eingehen sollen und auf steigende Kurse hoffen. Unvorhersehbare Ereignisse wie Krieg, Naturkatastrophen oder Skandale und Manipulationen in einem Unternehmen lassen die Aktienkurse ruckartig fallen. Wer sich nicht genau informiert und die Handelsblätter oder Wertpapier-Fachpresse genau studiert, bekommt die Hinweise der Unternehmen und die damit verbundenen Gewinn- oder Verlustmöglichkeiten überhaupt nicht mit. In den Sparkassen und Banken sind die Berater darauf fixiert, von den eigenen Analysten empfohlene Fonds oder Wertpapiere anzubieten. Nur hier erhalten sie Provisionen.

## Älteste und beständigste Wertanlage

Ein Produkt, bei dem die Anleger Sicherheit haben, ist physisches Gold. Gold ist die älteste und beständigste Wertanlage der Menschheit. Seit über 3.000 Jahren ist es Zahlungsmittel. Es gilt als ewige Währung und hat alle Kriege und Inflationen über die Jahrhunderte überstanden. Ein weiterer großer Vorteil ist die Steuerbefreiung nach einem Jahr. Wer also seine Münzen oder Barren nach einem Jahr verkauft, muss auf mögliche Gewinne keinerlei Steuern zahlen. Gold hat zudem eine Wertstabilität. In unsicheren Zeiten zeigt sich dies deutlich. Bei der Währungsreform 1948 von der Reichsmark zur D-Mark wurde die Reichsmark um 90% abgewertet. Die Menschen, die vorher noch über 3.600 Reichsmark verfügten, hatten am darauffolgenden Tag nur noch 360 DM.

## Krisenbewährt

Wer sich aber am letzten Tag der Reichsmark Gold im Wert von 3.600 Reichsmark gekauft hat, bekam nach der Umstellung

und dem Verkauf wieder 3.600 DM für sein Kilo Gold. Bei Gold fand also keine Abwertung statt, ein Tausch von 1:1 war gewährleistet. Das Gleiche passierte beim Tausch der D-Mark in den Euro. Das Vertrauen war anfangs groß, schwindet aber immer mehr. Der Wertzuwachs von Gold nimmt dadurch zu. Wer bei der Euromstellung 2001 für 10.000 Euro Gold gekauft hat, besitzt heute Gold im Wert von rund 40.000 Euro. Wenn man also kritisch in die Zukunft blickt und überlegt, wie sich der Euro noch entwickelt, ist der Kauf von physischem Gold eine wirkliche Alternative. Selbst Analysten empfehlen, 20% der Wertanlage in Gold zu investieren. Premium Gold Deutschland rät sogar 30% der liquiden Mittel in physischem Gold anzulegen.

## Stückelung ab 0,1 Gramm

Beim Bonuskauf+ von Premium Gold über [www.pgd.ag](http://www.pgd.ag) kauft der Kunde zum Beispiel für 100.000 Euro Gold. Für diesen Wert erhält er netto 0,5% Bonusgold pro Monat. Nach einem Jahr hat er somit schon Bonusgold im Wert von 6.000 Euro. Der Kunde hat also einen tatsächlichen physischen Goldzuwachs, über den er zudem stets frei verfügen kann. Bei welcher Bank erhält man schon so eine Rendite für seine Geldanlage? In Gold können aber nicht nur hohe Beträge investiert werden, sondern auch für den Kleinanleger gibt es vielfältige Möglichkeiten. Sogar Kinder haben mit ihren Eltern die Möglichkeit, ihr Ersparnis in einen kleinen Goldbarren zu tauschen. Premium Gold Deutschland bietet in Heusenstamm zum Beispiel Stückelungen ab 0,1 Gramm an, was aktuell einem Wert von 5,50 Euro entspricht. ■

# Mehr Erfolg – Mehr Wissen rund ums Gewerbe

Kompakt an einem Tag. Gewerbe-Symposium 2018.



## Erfahren Sie alles über aktuelle Änderungen und Trends

Das Themenspektrum der Veranstaltungsreihe 2018 reicht von zukünftigen Schadenszenarien in Sachen Produkthaftung über die gewerbliche Multi-Line-Police und Transportversicherungen bis hin zu Haftpflicht- und Kreditversicherungen. Das Vortragsprogramm ist an allen drei Veranstaltungsorten identisch.

## Vielseitig und informativ

Auch im Jahr 2018 können Sie wieder an einem Tag eine hochkarätige und neutrale Weiterbildung zum Thema „Gewerbeversicherung“ erleben.

**06. März • Mannheim**  
**07. März • Hannover**  
**08. März • München**



**Anmelden. Hingehen. Profitieren.**  
[www.asscompact.de/gewerbesymposium](http://www.asscompact.de/gewerbesymposium)

# AssCompact

**WISSEN 2018**

Kooperationspartner:



Mitwirkende Gesellschaften:





# Digitale Immobilieninvestments: Eine Anlageoption mit Zukunft

Eine neue digitale Anlageoption demokratisiert den Markt für Immobilieninvestments und öffnet ihn für eine deutlich größere Zielgruppe: Crowdinvesting. Investoren können auf diese Weise bereits mit geringen Summen Immobilienprojekte finanzieren.

Immobilien gehören nach wie vor zu den interessantesten Investitionsmöglichkeiten. Gerade in Zeiten niedriger Zinsen gelten sie als wertstabil und erzielen gute Renditen. Doch genau hier liegt das Problem für viele Privatanleger, denn wegen der ungebrochenen Nachfrage sind die Preise für Wohnungen und Häuser hoch. Vor allem in attraktiven Lagen war der Zugang zu renditestarken Objekten daher bislang oftmals nur institutionellen oder sehr vermögenden Investoren vorbehalten. Eine neue digitale Anlageoption – das Crowdinvesting für Immobilien – demokratisiert nun den Markt und öffnet ihn für eine deutlich größere Zielgruppe.

## Digital vom Immobilienboom profitieren

Die digitalen Immobilieninvestments basieren auf dem Grundprinzip der Schwarmfinanzierung: Statt eines einzelnen großen Investors beteiligen sich viele kleine Privatanleger an einem Projekt. Was als Modell zur Finanzierung von Start-ups mit wenig Kapital begann, hat sich in den vergangenen Jahren immer mehr in anderen Bereichen etabliert – so auch in der Immobilienbranche. Ermöglicht wird diese moderne Finan-

zierungsmethode dank professioneller Online-Plattformen: Sie vermitteln direkt zwischen kapitalsuchenden Projektentwicklern bzw. Bauträgern und interessierten Kleinanlegern. Die Investoren können bereits mit geringen Summen Immobilienprojekte finanzieren und von hohen Renditen profitieren. Die Bauträger erhalten das nötige Kapital, um ihr Bauvorhaben zu realisieren.

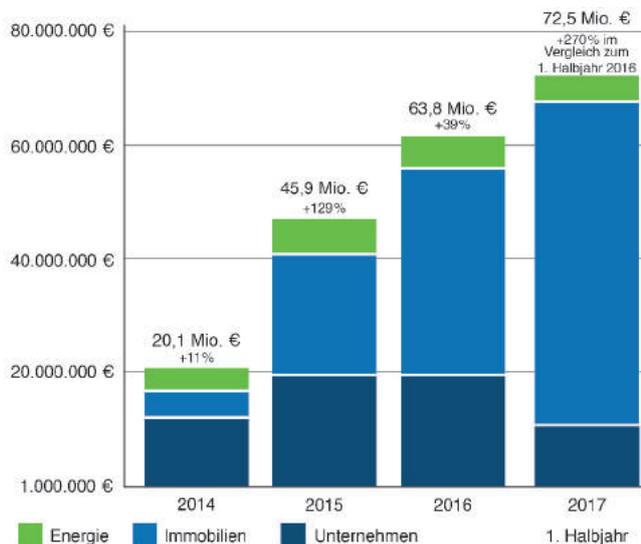
## Online-Finanzdienstleistungen auf dem Vormarsch

Während Jahr 2011 bundesweit noch rund 1,4 Mio. Euro online vermittelt wurden, zeigen die Volumina von 64,4 Mio. Euro im Jahr 2016 das enorme Entwicklungspotenzial dieser Anlagemöglichkeit auf. Allein in den ersten drei Quartalen 2017 wurden über 100 Mio. Euro per Crowdinvesting abgeschlossen. Insgesamt stecken inzwischen mehr als 170 Mio. Euro in deutschen Immobilien, die über Online-Plattformen mitfinanziert wurden. Damit gehören Immobilien zum am schnellsten wachsenden Crowdinvesting-Segment in Deutschland.

## Transparent und einfach investieren

Die Gründe für den Erfolg der Online-Investments liegen auf der Hand: Dank der Digitalisierung werden Immobilienfinanzierungen schneller, flexibler und effizienter abgewickelt – und die Plattformen bieten dafür genau die passende Infrastruktur. Sie verfügen über leistungsstarke Technologien und moderne Software. Für viele Investoren ist die Möglichkeit, bereits mit geringen Beträgen

### Marktdaten für den Bereich Crowdinvesting



Immobilien dominieren das deutsche Crowdinvesting mittlerweile deutlich. Quelle: Exporo

in ein Projekt einzusteigen, ein wichtiger Faktor. So liegt die Mindestanlage-summe zwischen 5 und 500 Euro.

Im Gegensatz zu anonymen Immobilienfonds, bei denen die Geldgeber keinen Einfluss auf das Portfolio haben, entscheidet der Anleger selbst, für welche Projekte sein Kapital verwendet wird. Die Laufzeiten der einzelnen Investments sind mit 12 bis 36 Monaten vergleichsweise kurz, der durchschnittliche jährliche Zinssatz liegt zwischen fünf und sechs Prozent. Für den Anleger fallen zudem keine Gebühren an, da der Investitionsprozess komplett onlinebasiert und damit kostengünstig ist. Hohe Verwaltungs- oder Vertriebskosten werden vermieden, was sich wiederum positiv auf die Rendite auswirkt.

### Vorteile für Projektentwickler

Auch für die Projektentwickler zahlen sich die digitalen Investments über die Schwarmfinanzierung aus: Da Banken aufgrund von Regulierungen nur noch bis zu 80% eines Projektes finanzieren, haben Bauträger einen erhöhten Eigenkapitalbedarf, um ihre Bauvorhaben umzusetzen. Mittels Crowdfunding erhalten sie das benötigte Geld in Form von Mezzanine-Kapital, sodass sie auch mehrere Projekte gleichzeitig realisieren und damit wachsen können. Dabei geben die Online-Plattformen üblicherweise nicht nur verbindliche Aussagen hinsichtlich der Darlehenshöhe und des Zahlungszeitpunktes, sie übernehmen auch das Projektmarketing und die Kommunikation mit den Anlegern.

### Prüfung der Projekte durch Immobilienspezialisten

Um den Investoren eine Bandbreite an verschiedenen Objekten in unterschiedlichen Lagen zu bieten, haben einige Online-Plattformen ein umfangreiches Projektportfolio. So können Anleger gleichzeitig in die Entwicklung von Neubauprojekten, in die Refinanzierung von Bestandsimmobilien oder aber in die Revitalisierung von Gebäuden investieren. Um das Risiko für den Anleger so gering wie möglich zu halten, durchläuft jedes Projekt vorab ein sorgfältiges Auswahlverfahren. Bei diesem analysieren Immobilienexperten unter

anderem die Lage der Immobilie, ihre prognostizierte Rentabilität und die Erfahrung des Projektentwicklers mit der jeweiligen Nutzungsart. Nur wenn ein Projekt alle Kriterien erfüllt, wird es in das Portfolio aufgenommen.

### Risikominimierung durch Diversifikation

Trotz sorgfältiger Prüfung sind natürlich auch digitale Immobilieninvestments – genau wie andere Anlageoptionen – mit gewissen Risiken verbunden und Verluste lassen sich nicht zu 100% ausschließen. Grundsätzlich sollten Investoren ihr Kapital daher immer auf verschiedene Anlagen verteilen, denn nur durch Diversifikation erhält man ein Portfolio mit geringem Risiko bei möglichst hoher Rendite. Das kann zum Beispiel über klassische Anlageformen wie zum Beispiel Aktienfonds oder festverzinsliche Wertpapiere erfolgen, es bietet sich aber auch an, über Crowdfunding in verschiedene Immobilienprojekte zu investieren und so das Risiko zu streuen.

### Zukunftsorientierte Geldanlage mit viel Potenzial

All diese Möglichkeiten machen die digitalen Immobilieninvestments sowohl für private Kleinanleger als auch für Projektentwickler besonders attraktiv – und der Markt entwickelt sich stetig weiter. Die Transaktionsvolumina steigen und Finanzdienstleister aus der analogen Welt schließen Kooperationen mit FinTech-Unternehmen, um ihren Kunden digitale Geldanlagen anzubieten. Und auch die Bundesregierung hat auf das schnelle Wachstum des Markts für onlinebasierte Finanzdienstleistungen reagiert. Das Bundesfinanzministerium und die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) werden diese Entwicklung hinsichtlich Finanzstabilität und Verbraucherbelange aktiv begleiten. Denn eines steht fest: An der zunehmenden Digitalisierung führt kein Weg vorbei. ■

## Das Exporo-Partnerprogramm

Exporo bietet Beratern und Vermittlern mit dem Partnerprogramm die Möglichkeit an, von digitalen Immobilieninvestments zu profitieren. Für jeden Kunden, der sich über einen personalisierten Link auf [www.exporo.de](http://www.exporo.de) registriert, erhält der Partner eine Provision. Die Anmeldung für das Partnerprogramm ist kostenlos. Als Tippgebermodell sind für die Teilnahme zudem keine speziellen Vertriebszulassungen notwendig. Weitere Informationen zum Partnerprogramm von Exporo erhalten Interessenten unter: [exporo.de/partnerprogramm](http://exporo.de/partnerprogramm)



Von Simon Brunke,  
Vorstandsvorsitzender der Exporo AG

# „Wir gehen unsere Wege auch in Zukunft mit unseren Vermittlern“

Interview mit Wolfgang Dippold, Aufsichtsratsvorsitzender, Ottmar Heinen, Vorstand Vertrieb und Marketing, und Markus Schürmann, Finanzvorstand, der PROJECT Beteiligungen AG

Zeitenwende bei PROJECT: Der Gründer und langjährige Vorstand Wolfgang Dippold zieht sich nach über zwei Jahrzehnten in den Aufsichtsrat zurück. Seine Nachfolger sehen in der Digitalisierung eine zentrale Herausforderung des Kapitalanlage- und Immobilien-spezialisten – vor der sich aber weder PROJECT noch Vermittler fürchten sollten.

**Herr Dippold, wie zufrieden sind Sie mit dem Verlauf Ihres letzten Jahres im Vorstand der PROJECT Gruppe?**

**Wolfgang Dippold** Sehr zufrieden. Wir haben ein weiteres Rekordjahr beim Asset-Manager. Die Kollegen haben Objekte mit einem Verkaufsvolumen von über 500 Mio. Euro angekauft. Trotz dieser Rekordentwicklung haben wir die Akquise von Eigenkapital bewusst begrenzt, indem wir dieses Jahr kein institutionelles Geschäft zugelassen haben. Wir wollen das Eigenkapital immer zeitnah investieren können. Noch wichtiger ist aber, dass wir zwei neue Kollegen an Bord haben, denen ich die Aufgaben im Vorstand voll und ganz anvertrauen kann.

**Wie schwer fällt das nach zwei Jahrzehnten an der Spitze des eigenen Unternehmens?**

**WD** Entscheidend sind dabei immer zwei Punkte: Will man es? Und ist man von den Nachfolgern wirklich überzeugt? Da bei uns beides der Fall ist, kann ich mich beruhigt in den Aufsichtsrat zurückziehen – auch wenn das ein oder andere zwischen-durch ungewohnt sein wird.

**Und Sie fühlen sich auch bereit, in die Fußstapfen zu treten und PROJECT in die Zukunft zu führen?**

**Ottmar Heinen** Die Voraussetzungen für uns sind im Grunde ideal. Herr Dippold und Herr Seeberger verlassen in operativer Hinsicht hervorragend aufgestellte Unternehmen. Es gibt keinen akuten Handlungsbedarf, sondern ein sehr gutes Fundament, auf dem Markus Schürmann und ich in der Doppelspitze aufbauen können. Wir sind keine Dippolds, aber wir wollen sehr wohl an den Werten festhalten und darauf basierend die Entwicklung vorantreiben.

**Wie zum Beispiel in Form einer „Neuaufnahme“ des institutionellen Fondsgeschäfts?**

**OH** Die bewusste Entscheidung, kurzfristig nicht Vollgas im institutionellen Geschäft zu geben, ist ein Ausdruck des hohen Qualitätsverständnisses von PROJECT. Wir wollen den Asset-Manager nicht unter Druck bringen, irgendwelche zweit- oder drittklassigen Objekte zu erwerben. Wir sind in der Verpflichtung gegenüber unseren Anlegern. Und genau deshalb gehen wir bewusst vom Gaspedal oder treten gar auf die Bremse, wenn wir sehen, dass wir ein bisschen Luft brauchen.

**Wo wollen Sie die Schwerpunkte im Vertrieb legen?**

**OH** Wir wollen in den nächsten Jahren die Vielfalt der Vertriebswege ausbauen. Wir wollen uns nicht eindimensional aufstellen. Bereits in den letzten Jahren wurde diese Diversifikation angestoßen und betrieben. Wir sehen die Notwendigkeit, auf der Klaviatur vollständig spielen zu können. Die Regulierung der letzten Jahre hat gezeigt, wie schnell sich Parameter verschieben können. Deswegen müssen wir auch auf der Vertriebsseite aktiv die Zukunft angehen.

**Ist der Direktvertrieb über Onlineplattformen auch eine dieser möglichen Säulen?**

**OH** Nein, wir gehen unsere Wege auch in Zukunft mit unseren Vermittlern. Wir wollen unsere Partner ganz bewusst in neue Entwicklungen mitnehmen, denn die Digitalisierung wird sich zu einem deutlichen Vorteil für den Vermittler entwickeln. Digitale Helfer ermöglichen es zum Beispiel, die regulatorischen Anforderungen viel leichter zu meistern.

**Markus Schürmann** Digitalisierung ist bei PROJECT ein entscheidendes Thema. Für die Vermittler bringt sie Rechtssicherheit. Zu ihrer Unterstützung haben wir unter anderem gemeinsam mit Fundsaccess ein Tool zur digitalen Zeichnung entwickelt. Anhand des Risikoprofils des Kunden beschränkt es die auswählbaren Anlagemöglichkeiten automatisch auf die zum Kunden passenden Produkte. Es ist ein offenes Tool, das nicht nur unsere Fonds enthält. PROJECT-Fonds werden am Ende nur vorgeschlagen, wenn sie auch wirklich zum Anlegerprofil passen.

Auch im Vertrieb der Immobilien bietet die Digitalisierung attraktive Chancen. Wir nutzen heute nicht nur die digitalen Plattformen wie ImmobilienScout24 oder Immowelt, sondern setzen auch moderne Techniken wie 3D-Brillen ein oder bieten auf Wunsch individuelle smarte Zusatzservices an. All das trägt dazu bei, dass wir die Wohnungen schneller und zu einem guten Preis verkaufen können – was letztlich auch wieder beim Fondszeichner ankommt.

**OH** Wir verzahnen innerhalb der Gruppe zahlreiche Prozesse. Die Digitalisierung betrifft verschiedenste Ebenen. Wir sind nicht alleine auf einer Insel der Glückseligen, sondern haben auch einen Asset-Manager, der an der Stellschraube der Digitalisierung dreht.

**Warum?**

**OH** Weil auch auf dieser Ebene Effizienzsteigerungen zugunsten des Kunden möglich sind. Wenn Prozesse optimiert und Abläufe schneller erfolgen können, hat das immer auch Auswirkungen auf das Kundenergebnis. Nur wenn sich beide Seiten verzahnen, kommt es am Ende richtig beim Kunden an.

**MS** Wir haben daher auch ein neues Datentool entwickelt. In der Vergangenheit mussten unglaublich viele Dokumente zwischen den Zentralen der PROJECT Gruppen hin- und hergeschickt werden. In der neuen Datenbank kann mittels einer eigenen Cloud immer und überall sicher auf alle Dokumente zugegriffen werden. Das ist viel effizienter und zuverlässiger als der Papierkram der Vergangenheit oder das händische Zusammentragen aus irgendwelchen Excel-Tabellen. Das ermöglicht uns letztlich, auch bei weiter wachsenden Objekt- und Anlegerzahlen mit verhältnismäßig moderaten Mitarbeiterzahlen und damit mit niedrigen Kosten für die Anleger zu agieren. Ein besonders spannendes Thema bei unserem Asset-Manager ist das Lean Management. Lean Management kommt ursprünglich aus der Automobilindustrie und versucht Verschwendung systematisch zu verhindern, indem die gesamten Prozesse auf mögliche Verschwendungen untersucht werden. Wir gehen davon aus, dass wir dadurch bei den Baukosten und Bauzeiten erkennbare Einsparungen realisieren können.

**Ist Lean Management bei Immobilien noch kein Standard?**

**MS** Nein, um Lean Management kümmern sich in diesen Boomzeiten die wenigsten Bauträger. Wir wollen aber auch auf dieser Ebene rechtzeitig an die Zukunft denken.

**Das alles nutzt einem Projektentwickler aber natürlich wenig, wenn man keine attraktiven Grundstücke mehr bekommt. Wie schwierig ist es, noch attraktive Objekte zu finden?**

**MS** Es ist natürlich schwieriger geworden. Die PROJECT Gruppe hat sich aber auch hierzu frühzeitig Gedanken gemacht und Scouts eingestellt, die in den einzelnen Vierteln nach attraktiven Grundstücken suchen. Hinzu kommt eine große Research-Mannschaft. Wir haben in jeder Metropole eine Niederlassung mit Spezialisten, die sich bestens vor Ort auskennen und die sehr gut vernetzt sind. Sie wissen genau, in welcher Straße welches Immobilienkonzept funktioniert. Ich mache mir daher keine Sorgen, dass wir auch in Zukunft noch attraktive Objekte finden.

**OH** Hinzu kommt eine eklatante Unterdeckung. Berlin braucht Erhebungen zufolge 27.000 neue Wohnungen pro Jahr. Gebaut wurden 2016 aber nur 13.000. Ähnliches lässt sich im Grunde an allen Metropolstandorten, an denen wir vertreten sind, feststellen. Diese Unterdeckung dürfte dafür sorgen, dass nachhaltig ein hoher Bedarf vorhanden ist. Wir befinden uns zudem in einer Welt, in der wir uns noch für einen längeren Zeitraum damit abfinden müssen, dass die Zinsen niedrig sind. Das hilft Eigenheimkäufern, auf die PROJECT einen relativ hohen Fokus legt.

**Und was wäre, wenn die Zinsen doch steigen?**

**MS** Selbst wenn die Zinsen steigen, sehe ich für unser Modell darin eher eine Chance als ein Risiko. Wir haben keine Bank im Rücken, die uns Druck macht zu verkaufen. Ohne diesen Zeitdruck werden wir auch dann unsere Immobilien zu einem guten Preis verkaufen können. Auf der anderen Seite könnten wir bei steigenden Zinsen sogar das ein oder andere Grundstück wieder günstiger bekommen, weil die Konkurrenz durch die höheren Finanzierungskosten weniger werden dürfte. Gerade in einer Abwärtsspirale des Marktes, wenn sie denn überhaupt kommt, wird sich die Stärke unseres Geschäftsmodells zeigen. ■



Markus Schürmann (l.) und Ottmar Heinen (r.) wollen bei PROJECT den Kurs von Wolfgang Dippold (m.) konsequent fortsetzen.

## ZAHLEN

worauf Kunden bei Beratung und Information zur privaten Altersvorsorge Wert legen

42,1%

der Befragten

erachten den digitalen Zugriff auf ihre Altersvorsorge als wichtig bis sehr wichtig.

1/3

Insgesamt fast

der Kunden will sich nicht bei Finanzdienstleistern über das Thema Altersvorsorge informieren.

2/5

der Kunden würden

aber auf keinen Fall Altersvorsorgeprodukte online abschließen.

43%

Rund

sind der Meinung, dass Apps die Kompetenz eines Finanzberaters nicht ersetzen können.

43%

halten Apps

allerdings für eine sinnvolle Ergänzung zur Finanzberatung durch den Fachmann.

(Quelle: Studie von Prof. Dr. Ankenbrand, Hochschule Würzburg-Schweinfurt; eigene Darstellung)

## Zahlungsmoral der Deutschen bleibt auf relativ hohem Niveau

(ac) In der aktuellen Trendumfrage des Bundesverbands Deutscher Inkasso-Unternehmen e.V. (BDIU) melden 81% der Inkassounternehmen, dass Verbraucher Rechnungen genauso gut oder sogar besser bezahlen als zu Jahresbeginn. Aber die Branche macht auch negative Erfahrungen. Trotz guter Konjunktur steigt zum Beispiel die Zahl überschuldeter Verbraucher. Drei Viertel der BDIU-Mitglieder nennen Überschuldung als Grund, warum Privatschuldner Rechnungen nicht bezahlen. Zudem kann jeder zehnte Bundesbürger seine Rechnungen nicht pünktlich bezahlen.

### 18- bis 24-Jährige als Sorgenkinder

Darüber hinaus lässt die Zahlungsmoral der jüngeren Bevölkerung zu wünschen übrig. „Vor allem junge Verbraucher – die ja die guten Kunden von morgen sein sollten – gehören tendenziell zu den schlechten Zahlern“, berichtet Marion Kremer, Vizepräsidentin des BDIU. 38% der Inkassounternehmen beobachten, dass Verbraucher zwischen 18 und 24 Jahren Rechnungen nachlässiger begleichen als Ältere. Vier Fünftel der Inkassounternehmen nennen zu hohe Konsumausgaben als Grund, warum junge Verbraucher in den Miesen sind, direkt gefolgt von einem zu gering ausgeprägten Sinn für wirtschaftliche Eigenverantwortung (68%), einem schlechten Vorbild des eigenen Elternhauses (67%) und zu wenigen Kenntnissen über vertragliche Verpflichtungen, etwa bei Online-Geschäften (64%).

## Versicherungsaußendienst bekommt mehr Geld

(ac) Nachdem die Tarifverhandlungen für die Versicherungsangestellten im Außendienst im Dezember 2016 abgebrochen worden waren, ist es nun doch zu einer Einigung gekommen: Die rund 37.000 Angestellten im Außendienst der Versicherer erhalten 4,4% mehr Gehalt bei einer Laufzeit von 36 Monaten. Darauf verständigten sich die Arbeitnehmervertreter der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), der DHV – Die Berufsgewerkschaft e.V., des Deutschen Bankangestellten-Verbands e.V. (DBV) – Gewerkschaft der Finanzdienstleister sowie der Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland e.V. (AGV).

### Erhöhung auf drei Etappen

Der neue Tarifvertrag sieht vor, dass die Mindesteinkommen und alle weiteren im Tarifvertrag geregelten Gehaltsbestandteile in drei Schritten steigen werden. Zum 01.01.2018 erfolgte eine erste Erhöhung der einzelnen Komponenten zwischen 1,5% und 2%. In der nächsten Erhöhungsstufe zum 01.11.2018 werden die Einkommenskomponenten zwischen 1,2% und 1,4% erhöht und steigen dann zum 01.11.2019 nochmals um durchschnittlich 1%. „Damit haben wir einen Abschluss erreicht, der deutlich über dem ersten Angebot der Arbeitgeber liegt, das wir in der ersten Verhandlungsrunde als nicht verhandlungsfähig abgelehnt haben“, unterstreicht ver.di-Verhandlungsführerin Martina Grundler.

## Frauen haben nur halb so viel Rentenanspruch wie Männer

(ac) Frauen haben bei der Altersversorgung das Nachsehen. Das zeigt ein Report des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts (WSI) der Hans-Böckler-Stiftung. Demnach schneiden Frauen bei allen drei Säulen der Alterssicherung schlechter ab als Männer. Wenn man die Einkünfte aus gesetzlicher Rente, Betriebsrente und privater Altersvorsorge zusammenrechnet, ergibt sich für das Jahr 2015 ein „Gender Pension Gap“ von 53%. Das heißt: Männer verfügen im Schnitt über mehr als doppelt so hohe Alterssicherungseinkommen wie Frauen.

Zwar sind auch in der gesetzlichen Rente die eigenen Ansprüche von Frauen weit niedriger als die von Männern, doch bietet die gesetzliche Rentenversicherung Mechanismen des sozialen Ausgleichs zugunsten von Frauen. So werden hier beispielsweise Phasen der Kindererziehung anerkannt. Die Höhe der gesetzlichen Rente betrug 2015 bei den Männern durchschnittlich 1.154 Euro, bei den Frauen 634 Euro pro Monat – eine Differenz von 45%.

### Deutliche Kluft bei der bAV in der Privatwirtschaft

Deutlich größer ist laut Studie die Kluft bei der betrieblichen Altersversorgung in der Privatwirtschaft: Hier liegen die Frauen mit 240 Euro knapp 60% gegenüber den Männern zurück, die auf 593 Euro kommen. Zudem haben nur 7% der Rentnerinnen überhaupt eigene Ansprüche aus der betrieblichen Altersversorgung, von den männlichen Ruheständlern immerhin 26%. Günstiger stellt sich die Situation im öffentlichen Dienst dar. Von der Zusatzversorgung profitieren 12% der weiblichen und 10% der männlichen Rentner. Aber auch hier erhalten die Männer mit im Schnitt 369 Euro deutlich mehr als die Frauen mit 234 Euro. Laufende Leistungen aus der privaten Altersvorsorge beziehen 5% der Männer und 2% der Frauen, wobei Letztere mit durchschnittlich 311 Euro deutlich weniger ausgezahlt bekommen als die Männer mit 485 Euro.

## Eine zweite InsurTech-Welle rollt an

(ac) Mit ihrem zweiten InsurTech-Radar Deutschland 2017 beleuchten Oliver Wyman und Policen Direkt die Entwicklungen des deutschen InsurTech-Markts. Das Ergebnis: Die deutsche InsurTech-Szene wächst und reift. Trotzdem sind echte Innovationen rar gesät und vielen Gründern drohen Finanzierungsklemmen. Insgesamt 110 Geschäftsmodelle von Start-ups der InsurTechs wurden in der Studie untersucht.

### Echte Disruption die Ausnahme

Der Blick auf die Verteilung der InsurTechs entlang der Wertschöpfungskette zeigt: Vertriebsmodelle (2017: 40%; 2016: 63%) überwiegen noch immer, doch die Aktivitäten in den Bereichen Betrieb (2017: 38%; 2016: 21%) und Angebot (2017: 22%; 2016: 16%) nehmen zu. Einige attraktive, jedoch komplexe Geschäftsmodelle würden laut Studie von vielen InsurTechs jedoch nicht beachtet werden. Echte Disruption bleibe noch die Ausnahme: So würden voll digitale Versicherungsunternehmen – sogenannte digitale „Full-Stack-Carrier“ – eher stagnieren.

### Finanzierungsengpässe

Bei den InsurTechs hat es laut Studie bereits erste Marktaustritte gegeben – die Studienautoren sehen damit Indizien für einen beginnenden Shake-out. Eine flankierende Umfrage unter den deutschen InsurTech-Gründern zeigt einen der Faktoren für diese Entwicklung auf: Es gibt häufig finanzielle Engpässe. So seien größere Anschlussfinanzierungen zunehmend schwieriger, wobei Geld aus den Händen von Primärversicherern bei den meisten Jungunternehmern eher verpönt sei. Rückversicherer dagegen seien als Investoren willkommen. Das Potenzial der aktuellen Investorenlandschaft genüge nicht, so die Studienautoren. Auch von staatlicher Seite gebe es verglichen mit anderen Ländern derzeit noch zu wenig Unterstützung. Rund 70% der Gründer halten laut Umfrage die staatliche Förderung in Deutschland für nicht ausreichend. Sie fürchten, Deutschland könne so vor allem im Vergleich zu den USA den Anschluss verlieren.



Vielen Gründern der deutschen InsurTech-Szene drohen Finanzierungsklemmen.

## DIA schaltet Online-Ratgeber für den Berufsstart frei

(ac) „Dein Weg ins Abenteuer Leben“ – diesen Titel trägt der neue Online-Ratgeber für junge Menschen auf dem Weg in den Beruf, der auf der Internetseite des Deutschen Instituts für Altersvorsorge (DIA) zu finden ist. Mit dem Ratgeber werden die vielfältigen Möglichkeiten beschrieben, die nach der Beendigung der Schulzeit zur Auswahl stehen, so etwa Berufsausbildung, Studium, Soziales oder Ökologisches Jahr, Work & Travel, Au-Pair-Aufenthalt, Bundesfreiwilligendienst oder Praktikum. Für jeden der vorgeschlagenen Lebenswege wird im Online-Ratgeber erläutert, für wen er sich eignet, wie viel Zeit er in Anspruch nimmt und wie er finanziert werden kann. Darüber hinaus finden junge Menschen Hinweise für ihre Bewerbung um eine Ausbildungsstelle oder einen Praktikumsplatz.

### Altersvorsorge beginnt bereits in sehr jungen Jahren

„Mit einer soliden und fundierten Ausbildung beginnt die eigene Altersvorsorge. Damit schaffen junge Menschen die Grundlage für ihre berufliche Karriere und ein gesichertes Einkommen. Es ist daher ein Irrglaube, dass Altersvorsorge mit 17 oder 18 Jahren noch keine Rolle spielt. Mit ihrer Entscheidung für die spätere berufliche Entwicklung stellen sie schon die Weichen dafür, auch wenn das vielen gar nicht so bewusst ist“, erklärt DIA-Sprecher Klaus Morgenstern. Mit dem Online-Ratgeber, der auf den ersten Blick nicht mit Altersvorsorge in Verbindung gebracht wird, setzt das DIA seinen Weg fort, auch in jüngeren Altersgruppen Aufmerksamkeit für die Gestaltung einer weit in der Ferne liegenden Lebensphase zu wecken.

## Top-Auszubildende der Versicherungswirtschaft von der DIHK geehrt

(ac) Anfang Dezember 2017 erhielten die besten Auszubildenden der Versicherungswirtschaft in Berlin ihre Auszeichnung im Rahmen der Nationalen Bestenehrung des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK). Zum 12. Mal wurden dabei über 200 Top-Azubis und deren Ausbildungsbetriebe aus ganz Deutschland geehrt. Der nationale Besten-Preis wird jährlich vom DIHK an die erfolgreichsten Absolventen in den IHK-Berufen vergeben. Auch EU-Kommissar Günther Oettinger gratulierte in seiner Festrede.

### Die Besten: Sascha Neigel und Jasmin Poleske

Wie der BWV-Bildungsverband mitteilt, haben im Bereich Versicherungswirtschaft Sascha Neigel, der seine Ausbildung bei der Allianz Hauptvertretung Burhan Uzun in Ilsfeld absolviert hat (Fachrichtung Versicherung), und Jasmin Poleske aus Freiberg, ehemalige Auszubildende der Sparkasse Mittelsachsen (Fachrichtung Finanzberatung) herausragende Ergebnisse erzielt. Beide Nachwuchskräfte können als jeweils Jahrgangsbeste auf ihre Ausbildungszeit zurückblicken.

## Überdurchschnittliches Weiterbildungsengagement in der Assekuranz

(ac) Erneut hat der BWV Bildungsverband gemeinsam mit dem Arbeitgeberverband der Versicherungsunternehmen in Deutschland e. V. (AGV) den Branchenvergleich in der betrieblichen Weiterbildung gesucht und eine Sonderauswertung mit dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW) durchgeführt. Diese Sonderauswertung (im Internet unter [www.bwv.de/weiterbildungsumfrage](http://www.bwv.de/weiterbildungsumfrage)) basiert auf der Rückmeldung von 51 Versicherern, die 71,4% der Arbeitnehmer im Innendienst repräsentieren. Die zentralen Fragen waren, ob die Branche nach den sehr guten Ergebnissen der Umfrage aus dem Jahr 2014 nach wie vor so gut dasteht und welche Folgen die Digitalisierung auf die Weiterbildung hat.

### Neue Technologien und veränderte Arbeitsorganisation

Der aktuellen Sonderauswertung zufolge liegt die Assekuranz mit 26,4 Weiterbildungsstunden und durchschnittlich mehr als 2.100 Euro Investition pro Innendienstmitarbeiter im Jahr weit über dem Durchschnitt aller Branchen. Dabei haben alle Versicherer den Umfrageautoren zufolge ein Ziel: Weiterbildung soll die Mitarbeiterqualifikation hinsichtlich neuer Technologien und einer veränderten Arbeitsorganisation erhöhen. Das spiegelt sich auch in den Themen der betrieblichen Weiterbildung wider: Mehr als in allen anderen Branchen steht bei den Versicherern die Vermittlung von IT-Kompetenzen für ihre Mitarbeiter auf dem Lehrplan.

Die Digitalisierung spielt bei den Versicherern auch in der Durchführung der Weiterbildungen eine große Rolle. Deutlich häufiger als die Gesamtwirtschaft setzt die Versicherungswirtschaft beispielsweise auf interaktives webbasiertes Lernen.

# Mit Firmen Digital in die Zukunft der Gewerbeversicherung

Die Zukunft der Gewerbeversicherung ist digital: Der neue Online-Rechner „Firmen Digital“ von HDI ermöglicht es, auf Knopfdruck branchenspezifische Lösungen zu erstellen.



Zeitaufreibende Ausschreibungen, zahllose Angaben im Vergleichsrechner? Kein verbindlicher Abschlussprozess? Das muss alles nicht sein. Denn mit dem neuen

Online-Rechner „Firmen Digital“ von HDI können Vertriebspartner ihren Kunden jetzt passgenaue Versicherungslösungen anbieten – und das ohne großen Kalkulations- und Zeitaufwand. Der Online-Gewerberechner ist seit dem 7. Dezember 2017 verfügbar und ermöglicht online die unmittelbare Policierung.

Viele Firmen weisen eine sehr spezielle Risikosituation auf, die auf den ersten Blick kaum überschaubar ist. Mit Firmen Digital gestaltet sich der gesamte Prozess vom Angebot bis zum Abschluss einer Gewerbeversicherung deutlich einfacher und effizienter. Was früher mehrere Wochen dauerte, ist jetzt in kürzester Zeit erledigt. Für zehn verschiedene Branchengruppen lässt sich mit Firmen Digital schnell und einfach die passende Absicherung zusammenstellen. Von Handwerk und Baunebengewerbe über Einzel- und Großhandel bis hin zum produzierenden Gewerbe: Das Tool deckt rund 80 Prozent des Gewerbespektrums ab. So erreichen Vertriebspartner mit dem Online-Rechner die wichtigsten Branchen im Firmengeschäft und können dank maßgeschneiderter Deckungen kompetent beraten. Gerade Vermittler mit noch wenig Erfahrung profitieren davon besonders.

## Anwenderfreundliche Handhabung, modularer Aufbau

Das Tool zeichnet sich durch eine intuitive, selbsterklärende Oberfläche aus, auf der sich Nutzer problemlos zurechtfinden. Das macht es denkbar einfach, Kunden zu beraten und abzusichern. Außerdem ist die Produktstruktur modular gestaltet. Das heißt konkret: Der Vermittler kann den Versicherungsschutz aus einem Baukasten von Basis- und Zusatzbausteinen kombinieren.

Das Basissortiment besteht aus Sachwerte und Erträge sowie Betriebshaftpflicht. Optional kann zudem eine Absicherung für Unfall, Autoinhalt, Rechtsschutz, Gebäude, Kühlgut, Cyberrisk, Privathaftpflicht, Betriebsschließung, Maschinenbruch, Vertrauensschaden und Elektronik hinzugewählt

werden. Die einzelnen Bausteine ergänzen sich untereinander perfekt, Doppelabsicherungen sowie Über- und Unterversicherungen entstehen erst gar nicht.

## In wenigen Klicks zum passgenauen Schutz

Nur wenige Angaben reichen aus, um ein Angebot für maßgeschneiderten Versicherungsschutz zu erstellen. Die preisliche Auswirkung von unterschiedlichen Varianten für den Versicherungsschutz ist auf Knopfdruck möglich. Das bedeutet für Vertriebspartner und Kunden ein Höchstmaß an Übersicht und Transparenz. Ein echtes Highlight ist darüber hinaus die datenbankgestützte Firmensuche: Denn sie verringert zahlreiche Eingaben und spart dadurch viel Zeit.

## Deckungslücken einfach schließen

Was passiert, wenn bereits vorhandene Verträge bei anderen Versicherungen bestehen? Mit Firmen Digital ist das kein Problem: Denn bereits bestehende Versicherungen rechnet das Tool mit der HDI Umbrella-Deckung an. Der besondere Vorteil: So kommen Kunden sofort in den Genuss des umfassenden HDI Versicherungsschutzes. Deckungslücken sind somit ganz ausgeschlossen. Versicherungspartner und Kunden stehen damit jederzeit auf der sicheren Seite.

## Schneller Abschluss, geringer Verwaltungsaufwand

Besonders praktisch für Vertriebspartner ist die komplett digitalisierte Abwicklung. Vom Angebot bis zur Police: Firmen Digital setzt den digitalen Prozess bis zur End-to-End-Dokumentierung vollständig um. Nur wenige Minuten nach Abschluss können Vertriebspartner bereits die Police auf elektronischem Weg erhalten. Und für Kunden steht innerhalb kürzester Zeit in einem Self-Service-Portal die Police ebenfalls zur Verfügung. Einfacher und schneller geht es kaum.

**Mehr Informationen:**  
[www.hdi.de/makler-firmendigital](http://www.hdi.de/makler-firmendigital)

### Starpool kooperiert mit Vergleichsportal Verivox

(ac) Das Vergleichsportal Verivox und der Maklerpool Starpool starten eine Kooperation. Im Zuge dessen haben an Starpool angeschlossene Vertriebspartner Zugriff auf die Vergleichsrechner für Strom-, Gas- und DSL-Tarife von Verivox. Vermittler können mit wenigen Klicks die Verträge ihrer Kunden auf Sparpotenziale prüfen und rund um die Optimierung durch einen Anbieterwechsel beraten. Die zusätzlichen finanziellen Ressourcen könnten die Kunden in notwendige Finanzprodukte investieren. Die Verivox-Vergleichsrechner sind bereits im Starpool-Partnerbereich eingerichtet. Es wurde eine Servicehotline geschaffen, die Vermittler bei Fragen zu den Rechnern wie auch zum Wechsel von Strom-, Gas- und DSL-Tarifen unterstützt. Bei Starpool als anbieterunabhängigem Partner für Finanzdienstleistungen handelt es sich um ein Gemeinschaftsunternehmen der DSL Bank, einem Geschäftsbereich der Deutschen Postbank AG, und ihrem Technologie-Dienstleister Hypoport AG.

### Vermittlerverbände VDVM und BMVF fusionieren

(ac) Der Verband Deutscher Versicherungsmakler (VDVM) e. V. und der Bundesverband Mittelständischer Versicherungs- und Finanzmakler (BMVF) e. V. fusionieren zum Bundesverband Deutscher Versicherungsmakler e. V. (BDVM). Präsident des neuen Verbandes ist Dr. Georg Bräuchle, Geschäftsführer des Versicherungsmaklers Marsh und Präsident des VDVM. Vizepräsidenten sind der BMVF-Vorstandsvorsitzende Hartmut Goebel und Adelheid Marscheider, Vorstandsmitglied des VDVM.

Ziel der Fusion ist es, das Berufsbild des Versicherungsmaklers zu schärfen und mit neuer Größe die Interessenvertretung in Deutschland und in der EU zu stärken. Der VDVM hat 638 Mitglieder mit zusätzlich rund 150 Niederlassungen, der BMVF zählt 250 Mitglieder. Im neuen BDVM werden damit über 880 Versicherungsmakler zusammengeschlossen sein. Der BDVM will nun das Profil des Versicherungsmaklers als Risikoberater und Versicherungseinkäufer des Kunden zuspitzen. In einem Pressestatement heißt es, dass die 46.000 als Makler registrierten Vermittler häufig genug nicht über die notwendige Kompetenz und Seriosität verfügen und damit nicht den Anforderungen eines Qualitätsmaklers entsprechen würden. Die Trennlinie zu diesen sogenannten Maklern soll schärfer werden. Auch vom „Agentenmarkt mit starker Provisionsfokussierung“ will man sich abgrenzen.



Der Vorstand des Bundesverband Deutscher Versicherungsmakler e. V. (BDVM)

### Qualitypool erweitert Kreis der Kooperationspartner

(ac) Mit der Schutzvereinigung deutscher Vermittler von Versicherungen und anderen Finanzdienstleistungen e. V. (SdV) und dem Sachversicherer DOCURA VVaG. stellt der Vertriebsunterstützer Qualitypool zwei neue Kooperationspartner vor. In Zusammenarbeit mit der SdV hat Qualitypool die Vermögensschadenhaftpflichtversicherung für seine angeschlossenen Partner erweitert. Das bereits bestehende Deckungskonzept für Vertriebspartner wurde ergänzt, beispielsweise um die optionale Absicherung der Vermittlung von geschlossenen Fonds. Ein besonderer Fokus der Kooperation mit DOCURA liegt auf den Hausrattarifen des Produktpartners.

### Maklerpool BCA gewinnt neue strategische Partner

(ac) Die BCA AG konnte im Dezember neues zu ihrer Aktionärsstruktur bekanntgeben: Mit der Süddeutsche Krankenversicherung (SDK) und der myLife Lebensversicherung AG gewinnt der Maklerpool zwei neue strategische Partner. Beide Versicherer haben jeweils einen Anteil von 10% minus einer Aktie von der Bayreuther bbg Betriebsberatungs GmbH übernommen. Zum Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Die Durchführung der Transaktion stand bei Redaktionsschluss noch unter dem Vorbehalt der Kartellamtszustimmung.

Weitere Aktionäre der BCA AG sind mit jeweils 10% minus einer Aktie die IDEAL Versicherung, die SIGNAL IDUNA, die Stuttgarter, die Barmenia und der VOLKSWOHL BUND. Darüber hinaus hält die bbg Betriebsberatungs GmbH nach Anteilsverkauf an die myLife und die SDK noch weitere 26,56%. Der Rest ist Streubesitz bzw. liegt bei der BCA AG.

## JDC erwirbt Privatkundengeschäft von ARTUS-Töchtern

(ac) Die JDC Group erwirbt über ihre Tochtergesellschaft Jung, DMS & Cie. die „Assekuranz Herrmann“, zwei Tochterunternehmen der ARTUS-GRUPPE mit einem Versicherungsbestand von rund 40.000 Endkundenverträgen. Es handelt sich Unternehmensangaben zufolge vor allem um Kundenverträge in den Sparten Lebens-, Kranken- und Sachversicherungen.

Mit dem Erwerb gehen auch die Verträge der rund 50 Vermittler der Assekuranz Herrmann Stammorganisation auf Jung, DMS & Cie. über. Diese sind dann künftig exklusiv für Jung, DMS & Cie. tätig. Das Industriegeschäft wurde nicht gekauft und bleibt weiter Teil der ARTUS-GRUPPE. Die Kooperation der übernommenen Stammorganisation mit der ARTUS-GRUPPE soll im Industriegeschäft ausgebaut werden. „Nachdem das Privat- und Industriegeschäft der Assekuranz Herrmann in einer Transaktion Anfang des Jahres 2017 zunächst an den Industriemakler ARTUS gegangen war, hatten wir beim Käufer ARTUS sofort das Interesse hinterlegt, das Privatkundengeschäft herauszulösen und zu erwerben“, so Dr. Sebastian Grabmaier, CEO der JDC Group, zur Transaktion.

## Aus maklermanagement.ag wird Basler Vertriebsservice AG

(ac) Die maklermanagement.ag ist Ende November 2017 in Basler Vertriebsservice AG umbenannt worden. Das haben Vorstand und Aufsichtsrat beschlossen. So kann die Vertriebsservicegesellschaft leichter identifiziert und den Basler Versicherungen zugeordnet werden. Man verspricht sich davon im Vertrieb einen Vorteil mit positiven Auswirkungen auf die Wahrnehmung und die Bekanntheit der Basler Vertriebsservice AG.

Im Fokus der Basler Vertriebsservice AG steht Unternehmensangaben zufolge in den kommenden Jahren insbesondere die Unterstützung der Makler bei der Neukundengewinnung. Bereits im Jahr 2017 konnte die Gesellschaft zur Neugeschäftssteigerung der Basler Lebensversicherungs-AG beitragen und möchte dies im Jahr 2018 weiter ausbauen.

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](http://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.

## Ein Zuhause für FinTechs und InsurTechs

(ac) In Deutschland sind auf Initiative des Bundeswirtschaftsministeriums und mit Unterstützung regionaler und lokaler Gremien an verschiedenen Standorten Digital Hubs der Finanz- und Versicherungswirtschaft gegründet worden. Dort finden InsurTechs und FinTechs Büroräume und Zugang zu etablierten Unternehmen. In den Städten Frankfurt und Berlin sind so beispielsweise FinTech Hubs, in Köln und in München InsurTech Hubs entstanden. Zum InsurTech Hub Munich e. V. gehören zwölf Versicherungsgesellschaften aus Bayern. Das InsurLab Germany e. V. in Köln wird von über 20 Versicherern getragen. Zusammen mit Start-ups und Dienstleistern zählt die Kölner Initiative rund 35 Mitglieder im Trägerverein.

## b-tix gründet Start-up für künstliche Intelligenz

(ac) Der Technologiebereich „KI – Künstliche Intelligenz“ der auf BiPRO spezialisierten b-tix GmbH aus Düsseldorf ist auf die neu gegründete A-va GmbH ausgelagert worden. Diese befindet sich, wie b-tix, unter dem Dach der X-PLOR®-Holding. Das InsurTech betreibt mit A-va® die digitale Assistentin, die hinter Snoopr® steckt – einer selbstlernenden Suchmaschine für Versicherungen der b-tix. Das Start-up will seine KI-Technologie künftig auch anderen Marktteilnehmern anbieten und die favorisierte KI im Versicherungsvertrieb werden. Das Unternehmen spezialisiert sich auf maschinelles Lernen, künstliche neuronale Netze und semantische Suchen. CEO der A-va GmbH ist Markus Heussen, der parallel die Geschäftsführung der Schwestergesellschaft b-tix behält. Im Rahmen der b-tix-Umstrukturierung übernimmt Daniel Mertes künftig als Chief Technology Officer (CTO) die Gesamtverantwortung für die Technologie und Dr. Daniel Schulzek das Key Account Management des Unternehmens.

## Degenia-Makler können Versnavi-Altтарifvergleich nutzen

(ac) Ihren angeschlossenen Maklern bietet die degenia Versicherungsdienst AG neben den bereits eingesetzten Sachvergleichsrechnern von Mr-Money nun auch den neuen Altтарifvergleich „Versnavi Online“. Mit dem Online-Tool der VERS Versicherungsberater-Gesellschaft mbH haben Makler ein Hilfsmittel für den Vermittleralltag, um bestehende Verträge ihrer Kunden effizient zu überprüfen. Denn viele Versicherte haben Verträge, deren Tarife zum Teil längst überholt sind. Wie degenia und die Mr-Money Service GmbH unterstreichen, sei durch die geschickte Verknüpfung von Versnavi Online mit den Mr-Money-Sachvergleichsrechnern eine effiziente Risiko-, Bedarfs- und Leistungsanalyse möglich. Von der Privathaftpflicht- über Hausrat- und Unfall- bis zur Wohngebäudeversicherung lassen sich die Angebote auf dem Markt mit wenigen Klicks in Relation zu bestehenden Kundenverträgen setzen. Aus dem Ergebnis der Berechnung zeigt sich dann, ob ein Versicherter beim Wechsel in einen anderen Tarif von besseren Leistungen und/oder günstigeren Konditionen profitieren würde. Mit dem Vergleichstool können Makler ihren Kunden einen zusätzlichen Service bieten. Den Mr-Money-Sachvergleichsrechner inklusive Versnavi Online können alle über das Intranet-Portal angebundene Partner von degenia/DMU drei Monate kostenlos nutzen, um das Tool in der täglichen Beratungspraxis zu erproben.

## Das sind die besten Versicherer-Websites 2017

(ac) Die AMC-Studie „Die Assekuranz im Internet“, die seit 1996 die Websites deutscher Versicherer analysiert, vergibt in diesem Jahr an 23 der insgesamt 126 analysierten Seiten eine Top-Bewertung. Es wurden folgende sieben Hauptbereiche mit rund 90 Unterkriterien pro Website geprüft: Unternehmenspräsentation, Dialog & Kontakt, Leistungsspektrum, Beratungsleistung, Vertrieb, Service und User Experience.

### Von A wie Allianz bis Z wie Zurich

Mit dem Erreichen von über 90% der angesetzten Kriterien gelten die Websites folgender Versicherer laut der diesjährigen AMC-Studie als Top-Websites: Allianz, ARAG, AXA, Barmenia, CosmosDirekt, DEVK, die Bayerische, DKV, ERGO, ERGO Direkt, Hannoversche, HDI, HUK-COBURG, NÜRNBERGER, Öffentliche Versicherung Bremen, Öffentliche Braunschweig, Öffentliche Oldenburg, R+V, SV Sachsen, Sparkassenversicherung, Versicherungskammer Bayern, VGH Versicherungen und Zurich.

Studienleiterin Désirée Schubert kommentiert die Ergebnisse wie folgt: „In der 21. Auflage haben wir erfreulich innovatives auf den Websites der Versicherer gefunden. Besonderheiten sind etwa Live-Chats, Video-Live-Beratungen, Kontakte via Skype oder WhatsApp. Auch eine virtuelle Versicherungsexpertin haben wir getroffen und viele erfrischende Ansätze, um Produkte emotionaler, transparent und passgenau zu präsentieren.“

## Makler können mit Mobilversichert eigenes Kundenportal einrichten

(ac) Das BrokerTech Mobilversichert bietet Vermittlern die Möglichkeit, ein eigenes digitales Kundenportal auf ihrer Maklerhomepage zu integrieren. Mit dem neuen Angebot können Makler eine eigene, unabhängige Schnittstelle zu Versicherten aufbauen. Kunden können sich so vom Computer aus oder mobil auf der Maklerhomepage in das Portal einloggen und ihre Versicherungsverträge einsehen und verwalten. Durch die direkte Einbindung in die Mobilversichert-Infrastruktur stehen andererseits Vermittlern verschiedene digitale Services zur Verfügung: Über die Makler-App können sie mit ihren Kunden chatten und haben Zugriff auf den aktuellen digitalen Bestand. Durch Zugang zur kostenfreien Vermittlerplattform, einem cloudbasierten Maklerverwaltungsprogramm, können Maklervollmachten automatisch eingeholt und Angebote digital versandt und abgeschlossen

werden. Das Kundenportal kann zu dem kostenfreien Maklerverwaltungsprogramm von Mobilversichert hinzugebucht werden und lässt sich auf allen gängigen Webseiten einbinden.

### Weiterer Ausbau des Angebots

Das Unternehmen kündigt zudem an, dass es seine Services in den kommenden Monaten stetig ausweiten will. Maklern will man weitere Lösungen an die Hand geben, damit sie ihre digitale Kompetenz ausbauen können. Aktuell umfasst das Angebot ein Vermittlerportal, einen Vergleichsrechner, eine Makler-App, eine Kunden-App und das Kundenportal. Inzwischen arbeitet das Team aus Versicherungs- und IT-Experten mit rund 900 Versicherungsmaklern zusammen, deren Feedback und Anregungen bei der Produktentwicklung berücksichtigt werden.

Anzeige

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

TAGESAKTUELL



### »» AssCompact Newsletter

bringt die Neuigkeiten der Branche direkt auf Ihren Bildschirm.



### »» [www.asscompact.de](http://www.asscompact.de)

versorgt Sie mit aktuellen Meldungen, Terminen und Jobangeboten.



### »» AssCompact TV

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

»» Nutzen Sie dieses praxisorientierte  
Informationsangebot für Ihren Erfolg!

Sie finden uns auch bei:



# AssCompact

# Delegierte Verordnung (III) – Vorgaben für Versicherungsvertreiber

Im September 2017 hat die Europäische Kommission eine Delegierte Verordnung zur Konkretisierung der mit der Versicherungsvertriebsrichtlinie neu eingeführten Vorschriften über ein sogenanntes Produktgenehmigungsverfahren erlassen.

Artikel 25 der Versicherungsvertriebsrichtlinie hat eine allgemeine Pflicht zur Aufsicht und Lenkung („POG“) im Versicherungsvertrieb eingeführt. Damit soll sichergestellt werden, dass alle Versicherungsprodukte zum Verkauf an Kunden dem Bedarf des betreffenden Zielmarktes entsprechen. Um die

Die Delegierte Verordnung legt konkretisierend Kriterien und praktische Einzelheiten für die Anwendung der POG-Vorschriften fest.

diesem Artikel aufgestellten Grundsätze weiter zu bestimmen, ist der Kommission die Befugnis übertragen worden, dele-

gierte 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 und II sind die vorhergehenden Beiträge in AssCompact 11/2017 und 12/2017 bereits ausführlich eingegangen.

Für Versicherungsvermittler ist wichtig, dass sie nach den Vorschriften in Kapitel I der Verordnung als Hersteller von Versicherungsprodukten eingestuft werden können, wenn sie bei der Konzeption und Entwicklung eines Versicherungsproduktes für den Markt über Entscheidungsbefugnisse verfügen. Das ist dann der Fall, wenn sie selbstständig die wesentlichen Merkmale und Hauptelemente eines Versicherungsproduktes einschließlich Deckung, Preis, Kosten, Risiko, Zielmarkt, Entschädigung und Garantierechte festlegen und Deckung für das Versicherungsprodukt bieten. In diesen Fällen müssen die betreffenden Vermittler die umfangreichen und aufwendigen

Lenkungsanforderungen für Hersteller gemäß Kapitel II der Verordnung beachten.

## Kapitel III: Lenkungsanforderungen für Versicherungsvertreiber

Die in sprachlicher Hinsicht mehr als missglückte Bezeichnung „Versicherungsvertreiber“ verwendet die Versicherungsvertriebsrichtlinie als Oberbegriff für Versicherer und Versicherungsvermittler. Die neue Richtlinie adressiert ihre Vorschriften für den Versicherungsvertrieb ausdrücklich auch an Versicherungsunternehmen und geht damit im Anwendungsbereich deutlich über die Versicherungsvermittlerrichtlinie von 2003 hinaus.

### Vorkehrungen den Produktvertrieb betreffend

In diesem Kapitel werden Versicherungsvertreiber, also Versicherungsunternehmen und Versicherungsvermittler, verpflichtet, sogenannte Produktvertriebsvorkehrungen zu treffen. Diese Produktvertriebsvorkehrungen müssen angemessene Maßnahmen und Verfahren umfassen, um sämtliche sachgerechten Informationen zu den Versicherungsprodukten, die sie ihren Kunden anzubieten beabsichtigen, bei den Herstellern einzuholen und diese Versicherungsprodukte unter Berücksichtigung ihrer Komplexität und des mit ihnen verbundenen Risikos sowie der Art, des Umfangs und der Komplexität des jeweiligen Geschäfts des Vertreibers in vollem Umfang zu verstehen. Die Versicherungsvertreiber müssen die Vorkehrungen für den Produktvertrieb in einem schriftlichen Dokument festhalten und den betreffenden Mitarbeitern zur Verfügung stellen.

Die Produktvertriebsvorkehrungen sollen eine Benachteiligung des Kunden verhindern bzw. mindern, einen ordnungsgemäßen Umgang mit Interessenkonflikten unterstützen und sicherstellen, dass den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden gebührend Rechnung getragen



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.

wird. Die Produktvertriebsvorkehrungen sollen weiter gewährleisten, dass die Versicherungsvertreiber beim jeweiligen Produkthersteller die Informationen anfordern, die die Hersteller nach den Lenkungsanforderungen für Hersteller gemäß Kapitel II der Delegierten Verordnung den Versicherungsvertreibern zur Verfügung stellen müssen.

Versicherungsvertreiber müssen sicherstellen, dass die von ihnen jeweils festgelegte bzw. angewandte Vertriebsstrategie der vom Hersteller aufgestellten Vertriebsstrategie und dem von ihm ermittelten Zielmarkt entspricht. Die für die Konzeption von Versicherungsprodukten zuständigen Stellen des Versicherungsvertreibers sind für die Festsetzung, Umsetzung und Überprüfung der Produktvertriebsvorkehrungen verantwortlich und müssen kontinuierlich die interne Einhaltung dieser Vorkehrungen überprüfen.

Die Versicherungsvertreiber müssen ihre Produktvertriebsvorkehrungen regelmäßig einer Überprüfung unterziehen, um sicherzustellen, dass sie noch gültig und aktuell sind. Wenn dies nicht der Fall ist, müssen die Produktvertriebsvorkehrungen angepasst werden. Versicherungsvertreiber, die eine spezifische Vertriebsstrategie festgelegt haben oder anwenden, müssen diese je nach Ergebnis der Überprüfung der Produktvertriebsvorkehrungen gegebenenfalls ändern. Im Rahmen der Überprüfung der Produktvertriebsvorkehrungen müssen die Versicherungsvertreiber auch prüfen, ob die Versicherungsprodukte an den ermittelten Zielmarkt vertrieben werden. Für die regelmäßige Überprüfung ihrer Produktvertriebsvorkehrungen müssen Versicherungsvertreiber geeignete Prüfungsintervalle festlegen und dabei die Größe, den Umfang und die Komplexität der jeweiligen Versicherungsprodukte berücksichtigen.

Zur Unterstützung der von den Herstellern durchgeführten Produktprüfungen müssen die Versicherungsvertreiber den Herstellern auf Verlangen alle relevanten Verkaufsinformationen zur Verfügung stellen. Dazu zählen gegebenenfalls auch Informationen zu den regelmäßigen Überprüfungen der Produktvertriebsvorkehrungen.

### Unterrichtung des Herstellers

Wenn ein Versicherungsvertreiber erkennt, dass ein Versicherungsprodukt nicht im Einklang mit den Interessen, Zielen und Merkmalen des jeweiligen ermittelten Zielmarkts steht, oder ihm sonstige produktbezogene Umstände bekannt werden, die nachteilige Auswirkungen auf den Kunden haben können, muss er unverzüglich den Hersteller unterrichten und gegebenenfalls seine Vertriebsstrategie für das betreffende Versicherungsprodukt ändern.

### Dokumentation

Die von den Versicherungsvertreibern in Bezug auf ihre Produktvertriebsvorkehrungen ergriffenen Maßnahmen müssen hinreichend dokumentiert, zu Prüfungszwecken aufbewahrt und den zuständigen Behörden auf Verlangen zur Verfügung gestellt werden.

### Kapitel IV: Schlussbestimmungen

Die Delegierte Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedsstaat. Sie gilt ab dem 23.02.2018.

### Fazit

Die wenigsten Vermittler werden bei der Konzeption und Entwicklung eines Versicherungsproduktes für den Markt über Entscheidungsbefugnisse verfügen, die sie zu Herstellern qualifiziert. Die betreffenden Vermittler müssen sich allerdings auf die Lenkungsanforderungen der Delegierten Verordnung einstellen. Wer über die in der Verordnung beschriebenen Entscheidungsbefugnisse bei der Produktentwicklung verfügt, wird auch die Lenkungsanforderungen für Hersteller erfüllen können. Die meisten Vermittler wird es aber überraschen, dass sie ab Februar 2018 umfangreiche Produktvertriebsvorkehrungen vorhalten und dokumentieren müssen. Die Vorschriften über die Produktvertriebsvorkehrungen sind komplex, umfangreich und voller unbestimmter Rechtsbegriffe („stellen sicher, dass den Zielen, Interessen und Merkmalen der Kunden gebührend [!] Rechnung getragen wird“).

Die Pflicht zur Dokumentation der Vermittlung gilt seit 2007. Bis heute weiß niemand, wie Dokumentation richtig geht. Gerichte sagen nur, was nicht geht.

Der Ehrgeiz der Bürokratie in Brüssel wird wieder einmal auf dem Rücken der Vermittler ausgetragen. Die Pflicht zur Dokumentation der Vermittlung gilt seit 2007. Bis heute weiß niemand, wie Dokumentation richtig geht. Gerichte sagen nur, was nicht geht. Und jetzt kommen Produktvertriebsvorkehrungen. Kein Wunder, dass Vermittler regulierungsmüde sind. ■

# Der ideale personelle Aufbau im Maklerbetrieb – Gibt es das?

**G**anz klar: Nein! Ich habe schon sehr viele extrem erfolgreiche Makler kennengelernt. Deren personelle Strukturen waren nahezu durchgehend verschieden. Sicher gibt es hier und da Gemeinsamkeiten zwischen den einzelnen Firmen. Da der personelle Aufbau aber immer sehr eng mit der eigenen Unternehmensstrategie verbunden ist, wäre es falsch, teilweise sogar kontraproduktiv, einen angeblich idealen Aufbau anderer zu übernehmen.

## Grundsatzfragen des personellen Aufbaus

Es gibt aber für die personelle Struktur des eigenen Betriebs ein paar Grundsatzfragen. Diese sollten Sie sich unbedingt stellen, um so zu erkennen, ob in Ihrer Struktur, ob in Ihrem personellen Aufbau Optimierungsbedarf besteht.

### Wie professionell läuft Ihre Terminierung, wie intensiv widmen Sie sich Ihrem Vertriebsgeschäft?

Hiermit steht und fällt alles. Wenn Vertriebsunternehmen keinen Vertrieb mehr machen, besteht Handlungsbedarf. Hinterfragen Sie, ob Ihr Betrieb an dieser, der wichtigsten, Stelle gut besetzt ist.

### Wie professionell läuft Ihr Vertriebsprozess?

Hat Ihre Vertriebsarbeit eine klare, nachvollziehbare Struktur? Ist die Arbeit mit Ihren Kunden der Kern Ihrer Tätigkeit? Oder haben Sie bereits den Weg zur Behörde mit dem Schwerpunkt „Allgemeine Verwaltung“ beschritten?

### Wie professionell laufen Vor- und Nacharbeit Ihrer Termine?

Machen Sie die vielfältigen Aufgaben auf Sachbearbeitungsebene selbst oder haben Sie hierfür kompetente Entlastung? Haben Sie eindeutige Standards, die zu erfüllen sind, oder ist immer alles anders?

### Erhalten Ihre Kunden den Service, den Sie in Ihrem Konzept geplant haben?

Kommen Sie noch hinterher und können (pro)aktiv Kunden betreuen? Oder erhalten Ihre Kunden nur dann Service, wenn sie sich melden und „ein Problem haben“?

### Erhalten Ihre Kunden die Betreuung, die Sie eingeplant haben?

Nutzen Sie Schadenfälle als einmalige Gelegenheit, Ihre Leistungsqualität zu zeigen, Ihre Kunden zu binden und auszubauen? Oder wickeln Sie das Ganze notgedrungen nur irgendwie ab?

### Realisieren Sie mit Ihren Kunden die Terminfrequenz, die Sie in Ihrem Konzept geplant haben?

Sehen Sie Ihre Kunden in der Häufigkeit, die irgendwelche anfangs fremden Menschen tatsächlich zu vertrauten Kunden macht, deren Bedarf Sie kennen und mit ausgesprochen hoher Cross-Selling-Quote decken?

### Wie professionell können Sie sich um all die Unternehmeraufgaben kümmern, die neben dem Tagesgeschäft noch wichtig sind?

Haben Sie neben all den operativen Aufgaben noch Zeit, als Unternehmer nachzudenken, wohin es geht? Haben Sie Zeit, immer wieder die eigenen Abläufe zu optimieren? Haben Sie Zeit, sich um eventuelle Mitarbeiter zu kümmern? Haben Sie Zeit, Ihr Unternehmen zu etwas ganz Besonderem zu machen?

Sie sehen: Der personelle Aufbau ist Resultat Ihres gesamten Geschäftskonzepts. So kann eine ideale, pauschal gültige Personalstruktur für Vermittler schon deshalb nicht existieren, weil die Konzepte viel zu verschieden sind. Wenn Sie aufgrund all der Fragen zum Nachdenken gekommen sind: Bitte hören Sie damit nicht auf! Das professionelle Führen eines Maklerbetriebs ist eine anspruchsvolle Aufgabe. Das Ganze funktioniert vor allem nicht von selbst. Hinzu kommt: Um sich den idealen personellen Aufbau auch leisten zu können, um ihn bezahlen zu können, sind wirklich ertragsstarke Kundenbeziehungen erforderlich. Mit ihnen steht und fällt alles. Arbeiten Sie also an Ihrem Konzept, entwickeln Sie einen „Plan für Ihr Business“. Erst aus ihm kann der empfehlenswerte und auch bezahlbare personelle Aufbau abgeleitet werden. ■



#### Von Steffen Ritter

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

Alle Infos zum Jungmakler Club unter:  
[www.jungmakler.de/club](http://www.jungmakler.de/club)

## » Facebook

AssCompact

Wie aus dem aktuellen Vertriebswege-Survey für die PKV von Willis Towers Watson hervorgeht, konnten unabhängige Vermittler im Jahr 2016 Vertriebsanteile in der privaten Krankenversicherung hinzugewinnen und ihren Marktanteil auf knapp 34% steigern.  
<https://goo.gl/DLLLYw>  
#AssCompact



**Makler gewinnen in der PKV-Vermittlung Marktanteile hinzu**  
Der Marktanteil der unabhängigen Vermittler im PKV-Vertrieb ist im Jahr 2016 auf knapp 34% angestiegen, was vor allem auf einen starken Anstieg des...  
ASSCOMPACT.DE

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

AssCompact

Studie „Deutschlands Banken 2017: Jede Woche schließen Banken in Deutschland im Schnitt 36 Filialen. Nur jede zehnte deutsche Bank verdient noch ihre Eigenkapitalkosten.“  
<https://goo.gl/RDoo6N>



**Nur jede zehnte deutsche Bank verdient ihre Eigenkapitalkosten**  
Die durchschnittliche Eigenkapitalquote deutscher Banken ist auf einen neuen Höchststand gestiegen, die durchschnittliche Eigenkapitalrendite deutscher...  
ASSCOMPACT.DE Mehr dazu

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

## » News

### Diese Ansätze bringt das BRSG für die bAV-Beratung

Die Rahmenbedingungen für die bAV werden sich durch das BRSG verbessern, meint Dr. Andreas Wimmer, Vorstand der Allianz Lebensversicherungs-AG. In seinem Kommentar für Ass-Compact nennt er die Impulse, die das neue Gesetz für die bAV-Beratung bringt.



»[...] Das BRSG bietet viele neue Möglichkeiten in der bisherigen bAV-Welt. In der Beratung sind viele Punkte zu beachten. Eine qualitativ hochwertige Ausbildung ist jedoch notwendig, um richtig zu beraten. Eine Schnellausbildung über 2-4 Wochen ist da nicht ausreichend. [...]

### Altersvorsorge: Finanzberater überschätzen ihre Rolle als persönlicher Ansprechpartner

Laut einer neuen Studie klaffen große Lücken zwischen dem, was für Kunden bei der privaten Altersvorsorge zählt und dem, was Finanzberater diesbezüglich glauben. So würden Finanzberater ihre Bedeutung als Informationskanal überschätzen. Die Studie zeigt die Maßstäbe der Kunden und gibt Handlungsempfehlungen für Berater.



»[...] Wer will schon „täglich“ auf das „leidige“ Thema Altersvorsorge angesprochen werden? Man will heute Leben und hat andere Themen, die aktueller sind. Deshalb ist es einfacher, sich als Ansprechpartner für alle Finanzthemen, vergleichbar zum Hausarzt für die „finanzielle Gesundheit“, zu positionieren. [...]

## » Veranstaltungskalender

31.01.2018

### Webinar: Die Zinszusatzreserve – Lösung des Zins-Problems oder Horror für die Lebensversicherung?

CAMPUS INSTITUT  
Online

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

21.02.2018

### Seminar: Service- und kundenorientierte Korrespondenz – Stufe 1

VersicherungsForum  
Köln

12.–15.03.2018

### Zertifizierte Ausbildung zu Fachberater für Cyber-Risiken in Hamburg

UB1st-GmbH  
Neumünster

Ansehen unter  
[www.facebook.com/asscompact](http://www.facebook.com/asscompact)

Informieren und kommentieren  
unter [www.asscompact.de](http://www.asscompact.de)

Weitere Veranstaltungen unter  
[www.asscompact.de/kalender](http://www.asscompact.de/kalender)

# „Zurzeit entscheiden sich zwischen 30 und 50 Maklerhäuser pro Monat für uns“

Interview mit Karsten Allesch, Geschäftsführer der DEMV Deutscher Maklerverbund GmbH

Versicherungsmakler, die sich für die Zusammenarbeit mit der DEMV Deutscher Maklerverbund GmbH entscheiden, behalten ihre Direktvereinbarung beim Versicherer. Damit will sich das Unternehmen von Maklerpools abgrenzen. Aktuell vermeldet DEMV einen starken Zustrom von Maklern und einen steigenden Pro-Kopf-Umsatz pro Mitglied.

**Herr Allesch, Makler und Fondsvermittler können am Markt bei einer Vielzahl an Pools, Verbänden, Genossenschaften oder auch Servicegesellschaften Unterstützung finden. Braucht der Markt Ihrer Ansicht nach alle diese Modelle?**

Nein. Der Makler benötigt einen technisch versierten Dienstleister, der bei der Digitalisierung von Verwaltung und Beratungsprozessen unterstützt. Dabei sollte der Makler weiterhin die vollen Rechte an seinem Kundenbestand haben. Wie Sie diesen Dienstleister bezeichnen, ist irrelevant.

**Wir fragen auch deshalb, weil Sie Maklerpools kritisch sehen. Ihr Unternehmen agiert als Verbund. Was macht für Sie den Unterschied?**

Reicht ein Versicherungsmakler Verträge über einen Maklerpool ein, liegen die Rechte an dem Kundenbestand de jure beim Pool. Unsere Mitglieder erhalten hingegen Direktvereinbarungen und eine eigenständige Courtagezusage mit den Versicherern. Daraus ergibt sich eine Vielzahl an Vorteilen wie zum Beispiel eine bessere Außenwirkung, da der Makler in der Police steht, oder die Sicherheit, dass die Courtage immer fließt.

**Geht es aber auch um eine mögliche Insolvenz eines Pools?**

Das ist ein wichtiger Punkt, der unterschätzt wird. Folgencourtage machen häufig die Hälfte der Einnahmen in einem Maklerbüro aus. Geht der Pool in die Insolvenz, müssen zunächst alle Gläubigerinteressen bedient werden. Fallen die Einnahmen aus Folgencourtage bei einem Maklerbüro jedoch aus, führt das

„Mit unserer Software befähigen wir Makler, sich auf ihre Kernkompetenz konzentrieren zu können: die Beratung.“

in vielen Fällen zu einer existenzbedrohenden Situation. Einige Pools haben Maßnahmen ergriffen, um die Kundenbestände im Insolvenzfall an den Makler zu übertragen. Doch diese Modelle sind weder überzeugend noch gibt es praktische Erfahrungen. Warum sollte ein Makler also dieses Risiko eingehen, wenn es Alternativen gibt?

**Dürfen wir hier direkt nachfragen: Die Investitionen von Pools und Verbänden steigen, zuvorderst in die IT-Struktur.**

**Wie kann sich ein Verbund Ihrer Art hier halten?**

Wir investieren bereits seit 2009 rund die Hälfte unserer Einnahmen in die Weiterentwicklung unserer IT-Infrastruktur. Dabei haben wir 2013 die gesamte Software neu aufgesetzt. Dadurch haben wir keine entwicklungshemmenden Altlasten im Code, Fachleute sprechen von sogenannten stillen Schulden. Unsere Entwicklungszyklen sind ähnlich kurz wie bei Start-ups und wir können neue Produkte sehr schnell zur Marktreife bringen. Hierfür haben wir eigens die DEMV Systems GmbH gegründet, die komplett unabhängig vom Deutschen Maklerverbund agiert.

**Kommen wir noch einmal zu den Direktvereinbarungen: Was hat eigentlich der Versicherer von Ihrem Geschäftsmodell? Es kommt ja immer schnell die Kritik, dass Verträge letztlich nur durchgereicht werden und dafür noch ein Overhead anfällt.**

Mit unserer Software befähigen wir Makler, sich auf ihre Kernkompetenz konzentrieren zu können: die Beratung. Nehmen Sie zum Beispiel unsere vorbereiteten Kampagnen. Wir durchsuchen den Bestand des Maklers nach Versorgungslücken der Kunden und bereiten zielgerichtete Kampagnen vor. Der Kunde wird so besser beraten, der Makler erhöht seine Produktivität und die Gesellschaften erhalten mehr Umsatz. Ein anderer Punkt ist, dass sich die indirekten Kosten der Versicherer reduzieren: Ein postalischer Versand von Policen, Beitragsrechnungen etc. ist nicht mehr notwendig, da wir diese über Webservices abrufen. Wir handeln mit den Gesellschaften den Rahmen für

Courtagezusagen von Vermittlern aus, mit denen die Gesellschaft noch nicht zusammenarbeitet, und holen sämtliche Kooperationsunterlagen ein. Anträge werden über Webservices übermittelt und dunkel verarbeitet. Zudem haben die Versicherer in unserem Modell – anders als bei Pools – weiterhin den direkten Kontakt zu den Maklern.

**Eines Ihrer wichtigsten Assets ist, wie schon angeklungen, Ihr IT-Angebot. Wo liegen hier die Besonderheiten, die Makler kennen sollten?**

Wir entwickeln die gesamte Technik selbst. So bilden Tools wie Kundenverwaltung, Vergleichsrechner, Bedarfsanalyse und Beratungsdokumentation eine Einheit. Die Bedienung folgt einer einheitlichen Logik und erschließt sich intuitiv. Zudem interagieren alle Tools miteinander, sodass viele Tätigkeiten automatisiert ablaufen. Ein Beispiel: Der Makler schließt über den Vergleichsrechner einen Antrag ab. Automatisch werden die Beratungsdokumentation und das Kündigungsschreiben der Vorversicherung erstellt, der Vorgang als Wiedervorlage angelegt, die Courtagebuchung erstellt und die Antragsangaben so gespeichert, dass per Knopfdruck zu einem späteren Zeitpunkt ein Alternativangebot berechnet werden kann.

**In den vergangenen Monaten haben Sie einige Neuerungen auf den Weg gebracht. Was sind hier die Highlights?**

Ein Highlight ist sicher der Check-up. Dem Kunden kann ein Link zugeschickt werden, den er bequem auf dem Handy öffnet. Mit 15 Fragen kann der Kunde in drei Minuten seine hinterlegten Daten überprüfen und Änderungen mitteilen. Gibt der Kunde ein höheres Einkommen oberhalb der JAEG ein und dass er ein Kind bekommen hat, ermittelt „Professional works“ automatisch den Bedarf des Kunden und zeigt dem Makler an, dass der Kunde sich privat krankenversichern kann und eine Risikoleben benötigt. Zudem bieten wir eine Beratungsdokumentation an, die bereits alle Vorgaben gemäß IDD enthält.

**Glaubt man Studien und Markt-Statements, dann strömen Makler geradezu**

**in Richtung Pools. Wie sieht es bei Ihnen aus?**

Dies nehmen wir auch sehr deutlich wahr. Wobei wir genauso die Erfahrung machen, dass viele Makler auch wieder von Pools weggehen. Offensichtlich ist hier das Marketing besser als das Leistungsspektrum. Zurzeit entscheiden sich zwischen 30 und 50 Maklerhäuser pro Monat für die Zusammenarbeit mit uns.

**Das heißt, Ihre Umsätze steigen? Durchgehend über alle Sparten und Bereiche?**

Ja, wir verzeichnen deutliche Steigerungen in allen Sparten. Interessant ist dabei, dass wir nicht nur in Summe wachsen, sondern dass der Pro-Kopf-Umsatz pro Mitglied steigt. Daraus leiten wir ab, dass unsere Mitglieder durch die Zusammenarbeit produktiver werden.

**Mit wie vielen Maklerfirmen arbeiten Sie denn zusammen und wie ist die Struktur der angeschlossenen Betriebe?**

Zurzeit haben wir rund 1.500 Maklerhäuser angeschlossen. Darunter befinden sich die klassischen Einzelkämpfer, aber auch größere Maklerunternehmen und Vertriebe.

**Lassen Sie uns noch kurz auf 2018 schauen: Welche Pläne haben Sie für die nächsten Monate?**

Die Erstellung von Angeboten frisst in Maklerbüros viel Zeit. Durch eine bessere Kommunikation unserer Vergleichsrechner mit der Kundenverwaltung planen wir, personalisierte Angebote auf Basis des Kundenbedarfs automatisch zu erstellen. Der Vermittler muss nicht mehr jedes Angebot einzeln tarifieren, sondern generiert diese spartenübergreifend mit einem Knopfdruck. Dabei überwacht der Makler den Vorgang und passt die notwendigen Leistungen bei Bedarf an. ■

„Wir entwickeln die gesamte Technik selbst. So bilden Tools wie Kundenverwaltung, Vergleichsrechner, Bedarfsanalyse und Beratungsdokumentation eine Einheit.“



Karsten Allesch

# VERKAUF 4.0: Besser verkaufen ohne Verkaufen

Die Erfolgsquoten im Vertrieb nehmen stetig ab. Der Grund: Der Kunde 4.0 will nichts mehr verkauft bekommen. Nachfolgende Tipps sollen helfen, diese Herausforderung in Chancen umzuwandeln und Verkaufserfolge viel effektiver erzielen zu können.



**D**ie Ansprüche des Kunden verändern die Welt des Finanz- und Versicherungsvermittlers. Er ist anspruchsvoller, besser informiert, vorsichtiger und will nichts verkauft bekommen. Deshalb: „Hören Sie auf zu verkaufen!“

Unter den sich verändernden Bedingungen mit den aktuellen Verkaufsmethoden nachhaltige Erfolgssteigerungen erzielen zu wollen, ist nicht oder nur mit großem Aufwand möglich. Sie erzeugen Zurückhaltung und Widerstände, keinesfalls jedoch Offenheit, Neugier, Interesse und Vertrauen.

Der Kunde 4.0 will nichts verkauft bekommen. Er will kaufen! Doch lernen und praktizieren (zu) viele Verkäufer immer noch das „Verkaufen“. Mit „Verkaufen“ ist gemeint, den Kunden davon überzeugen zu wollen, dass er ein Produkt wie beispielsweise eine Berufsunfähigkeitsversicherung zur

Der Verkäufer will verkaufen und der Kunde nichts verkauft bekommen. Dieser Widerspruch ist eine der Hauptursachen für die zunehmend geringere Effektivität im Verkauf. Die gute Nachricht ist: Dieser Widerspruch lässt sich auflösen.

Arbeitskraftabsicherung unbedingt braucht. In der Sache ist das oftmals richtig. In der Vorgehensweise, in der Haltung zum Kunden und in der Kommuni-

kation mit dem Kunden ist das jedoch ein Widerspruch: Der Verkäufer will verkaufen und der Kunde nichts verkauft bekommen. Dieser Widerspruch ist eine der Hauptursachen für die zunehmend geringere Effektivität im Verkauf. Die Erfolgsquoten nehmen stetig ab. Es gibt nur zwei Ursachen mit einer ähnlich negativen Wirkung: Eine zu geringe Anzahl an Kundenkontakten und die stetig

abnehmende aktive Verkaufszeit, für welche allerdings auch die Versicherer verantwortlich sind.

Die gute Nachricht ist: Dieser Widerspruch lässt sich auflösen. Die Lösung ist einfach: Wenn der Kunde kaufen will, dann „lass ihn kaufen!“ „Kaufen lassen“ bedeutet, dass der Verkäufer ein Verkaufsgespräch aus der Position des Kunden führt. Er ermöglicht es, dass der Kunde die Lösung und das Angebot des Verkäufers haben (kaufen) will. Daher führt er einen Beratungs-, Führungs- und Coaching-Prozess zum Kauf des Kunden. Der Kunde verkauft sich dabei die Lösung und deren Nutzen quasi selbst, durch einen vom Verkäufer gezielt geführten Wechsel zwischen Fragen, Beratung und Coaching. Verkaufsprozesse werden so zu KAUFprozessen. Das ist Verkauf 4.0.

## Verkauf 4.0 macht Veränderungen erforderlich

Dieser Verkauf 4.0 erfordert spezifische Änderungen im Analyse-, Beratungs- und vor allem im Kommunikationsprozess mit dem Kunden. Den ersten und wichtigsten Schritt macht der Verkäufer mit einer Änderung in seiner inneren Einstellung und Haltung zum Kunden. So verlässt der Verkäufer 4.0 die Bittsteller-Haltung und praktiziert die Möglich-Macher-Haltung. Dieser Verkäufer will nichts vom Kunden, zum Beispiel einen Abschluss, sondern er verhilft ihm zu etwas Wertvollem. Er ermöglicht dem Kunden, etwas „zu haben, zu tun oder zu sein“, zum Beispiel ein Gefühl von Sicherheit, Absicherung der Familie, Anerkennung von Kollegen und Freunden, Einsparungen bei Tarifen usw.



Von Roland M. Löscher

Roland Löscher ist Experte zur Steigerung der Sales und Personal Performance. Der Betriebswirt entwickelte erfolgreich ein Vertriebsunternehmen zu hohen Umsätzen und erhielt mehrere Auszeichnungen als Speaker und Coach. An seiner LCC Akademie bietet er Seminare zum Verkauf 4.0 an und bildet Führungskräfte und Verkäufer zum zertifizierten Business Coach (DGMC) aus.

Der zweite Schritt ist eine Änderung in der Fragetechnik. Wer die Lösung und sein Angebot zu früh präsentiert, kann es nicht in die Welt des Kunden platzieren und riskiert ein Nein. Die Abschlussquote lässt sich steigern, indem der Verkäufer den Kunden selbst erkennen lässt, welchen Nutzen und Mehrwert ihm seine Lösung und das Angebot bieten. In den meisten Verkaufsgesprächen werden die Produkte viel zu früh präsentiert, ohne die sachliche, soziale und emotionale Welt des Kunden wirklich zu verstehen. Das Produkt wird so nicht passgenau in die Welt des Kunden platziert. Die Folge sind nicht selten langatmige Diskussionen und Einwandbehandlungen und in der Folge weniger Kaufabschlüsse, als eigentlich möglich wären.

Die Erfahrung zeigt, dass Verkäufer, die an dieser Stelle die Fragetechnik 4.0 einsetzen und ihr(e) Konzept/Lösung erst spät präsentieren, nachweislich weniger Widerstände, Zweifel und Einwände von ihren Kunden bekommen.

## Verkauf 4.0: Die Fragetechnik der neuen Generation



<p><b>4. Wertfragen (nach Präsentation der Lösung stellen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- „Was gefällt Ihnen an dieser/m Lösung / Vorschlag / Konzept?“</li> <li>- „Inwiefern wäre das nützlich für Sie?“</li> <li>- „Was würde dies Ihnen ermöglichen, verhindern ...?“</li> <li>- „Wie würde sich dies auswirken auf Ihre ...?“</li> <li>- „Was (und wie viel) könnten Sie damit einsparen?“</li> </ul>
<p><b>3. Konsequenzfragen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Was bedeutet das für Sie?</li> <li>- Welche Auswirkungen hat dies auf Ihre finanzielle Sicherheit?</li> <li>- Schadet dies Ihrer Familie?</li> <li>- Was kostet Sie das? (Geld, Zeit, Energie)</li> </ul>
<p><b>2. Problemfragen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Was machen Sie, wenn ... ?</li> <li>- Wie gehen Sie mit dem Thema .... um?</li> <li>- Haben Sie daran gedacht, ...“</li> <li>- Was würde Ihre Familie/Freunde dazu sagen?</li> </ul>
<p><b>1. Stärkenfragen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Was gefällt Ihnen an der aktuellen Lösung / Produkt?</li> <li>- Welche Vorteile bietet Ihnen diese ...?</li> <li>- Welche Erfahrungen haben Sie damit gemacht...?</li> <li>- Welche Ergebnisse haben Sie damit erzielt?</li> <li>- Was schätzen Sie an Ihrem Berater...?</li> </ul>

Ziel der Fragetechnik 4.0 ist es, den Kunden zur Selbsterkenntnis und so zum Kauf zu führen.

Quelle: LÖSCHER Coaching & Consulting

## Wie die Fragetechnik 4.0 funktioniert

### 1. Situationsfragen – Die Welt des Kunden verstehen

Sie sind notwendig, damit der Verkäufer die wichtigsten Fakten und Hintergründe zum Kunden kennt. In der Finanz- und Versicherungsbranche ist eine umfassende Analyse des Kunden und seines Bedarfs vorgeschrieben und daher soll hier nicht näher darauf eingegangen werden.

### 2. Stärken- und Problemfragen – „Was er liebt und woran er leidet“

Verkäufer, die VALUE SELLING einsetzen, arbeiten mit dem Kunden zunächst die Stärken heraus, die er mit dem aktuellen Produkt und mit seinem aktuellen Berater hat. Stärkenfragen ergeben wertvollere Informationen als nur Situationsfragen. Das, was der Kunde auf die Stärkenfragen antwortet, will er auch zukünftig haben. Problemfragen erhöhen sein Problembewusstsein. Nachdem der Kunde seine Problematik

geschildert hat, ist die Versuchung für die meisten Verkäufer unwiderstehlich, jetzt ihr Produkt oder Konzept zu präsentieren. Tun Sie das nicht! Wer es schafft, hier zu widerstehen, fokussiert zu bleiben und die nachfolgenden Konsequenzfragen zu stellen, wird reichlich belohnt werden.

Je mehr der Kunde spricht (indem er Ihre Fragen beantwortet), umso schneller kommt er selbst auf den zentralen Punkt seiner Problematik und umso leichter findet er auch selbst die Lösung. Gegen das, was er (sich) selbst gesagt hat, wird er anschließend nichts mehr einzuwenden haben. Es gilt: „Ein Kunde widerspricht vielleicht Ihnen, aber nicht sich selbst!“

### 3. Konsequenzfragen – Die Folgeschmerzen von „Nicht-Handeln“

Nachdem der Kunde die Probleme geschildert hat, fragt der geschulte Verkäufer jetzt noch tiefer: „Was könnte geschehen, wenn Sie nicht handeln?“ Meist ist dem Kunden selbst noch nicht in allen Details klar, welche Auswirkungen das Problem und vor allem das „Nicht-Handeln“ tatsächlich für ihn und seine Familie haben können. Konsequenzfragen lassen ihn den Schmerz, wenn er nicht handelt, und die Dringlichkeit selbst erkennen und fühlen. Eine wichtige Voraussetzung für seine Entscheidung und den Wert der Lösung.

### 4. Wert-Fragen – Der Kunde verkauft sich die Lösung selbst

Im Verkauf 4.0 wird der Verkäufer den Kunden nach dem Wert fragen, den sein Angebot für ihn hat. Er führt in dahin, dass er selbst den Wert erkennt und über den konkreten persönlichen Nutzen spricht und sich auf diese Weise die Lösung selbst verkauft. Dieser Punkt ist auch von großem Vorteil, wenn der Kunde seine Kaufentscheidung später gegenüber einem Familienmitglied, Vorgesetzten oder Kollegen begründen muss. Während er Ihre Fragen beantwortet, „übt“ er schon jetzt den Überzeugungsprozess und legt sich seine persönlichen Argumente zurecht. Eine Kaufreue wird dadurch vermieden und die Stornogefahr sinkt. Somit steht dem erfolgreichen Kaufabschluss nichts mehr im Wege: Der Kunde kauft. ■

# „Facebook ist ein Zug, der regelmäßig hält, damit Makler einsteigen können“

Interview mit Hans Steup, Karrierespezialist und Social-Media-Experte

Beim Thema Facebook gehen die Meinungen auch bei Versicherungsvermittlern weit auseinander. Die einen nutzen es, die anderen machen eine großen Bogen darum. Wie Hans Steup betont, kann Facebook zwar mitunter nerven, aber für Versicherungsmakler war es nie zuvor einfacher, Menschen zu erreichen. Auf die Inhalte kommt es an.

**Herr Steup, Ende September meldete Facebook 31 Millionen Nutzer hierzulande. Zudem sind Tausende Vermittler auf Facebook aktiv. Sollten Makler ohne Facebook-Account jetzt noch auf den Zug aufspringen?**

Facebook ist ein Zug, der regelmäßig hält, damit Makler in aller Ruhe einsteigen können. Für Versicherungsmakler war es nie zuvor einfacher und preiswerter, Menschen zu erreichen. Ja, es stimmt, Facebook kann nerven. Oder besser: Manche Leute und Unternehmen auf Facebook nerven. Es liegt aber an Ihnen, ob Sie sich ärgern lassen. Auf Facebook können Sie Botschaften gezielt an bestimmte Menschen senden und die Nervensägen abschalten. In der aktuellen Werbekampagne spricht Facebook das selbstkritisch an und sagt: „Mach Facebook zu Deinem Facebook.“ Sagen wir mal so: Wenn ich Sie im Jahr 2018 weder auf XING noch auf Facebook finde, dann ist es für mich so, als existierten Sie nicht. PS: Niemand muss es so übertreiben wie ich.

**Wie steht es denn mit Twitter, Instagram, XING & Co.?**

Twitter ist in Deutschland nie richtig angekommen. Abgehakt. Instagram lebt von Fotos und kurzen Videos und eignet sich prima für Spezialmakler. Versichern Sie Oldtimer, Pferde oder Hochzeitsfeiern? Zeigen Sie Fotos auf Instagram. XING wird aus meiner Sicht unterschätzt. Im gewerblichen Bereich ist die

„XING wird aus meiner Sicht unterschätzt. Im gewerblichen Bereich ist die erweiterte Suche bei XING eine Goldgrube. Natürlich muss ich aktiv Leute suchen und gezielt anschreiben.“

erweiterte Suche bei XING eine Goldgrube. Natürlich muss ich aktiv Leute suchen und gezielt anschreiben. Konto anlegen und warten, bis Anträge

reinrauschen, klappt nicht. Ich habe mehr als 26.400 Kontakte auf XING, überwiegend Finanzdienstleister. Das heißt, fünf Tage die Woche Menschen anschreiben und Hilfe anbieten.

**Ein paar Beispiele haben Sie genannt. Mit Blick auf die Vernetzung mit Versicherern, Maklerkollegen oder Kunden: In welchen Bereichen bieten Facebook oder andere soziale Medien Ihrer Ansicht nach den größten Nutzen für Makler?**

Makler fordern seit Jahren besseren Service von Versicherern. Fänden Makler online einen Weg, ihr Problem schnell mit dem

Versicherer zu klären, müssten sie ihre Fachfrage nicht in die Maklergruppe schreiben. Dort bekommen Makler oft innerhalb von Minuten Tipps von Kollegen. Viele empfehlen sich gegenseitig für Spezialkonzepte und Nischenprodukte. Das funktioniert, weil die Spezialkollegen sich auf Facebook einen Namen machen. Das klappt auch bei Kunden. Stichwort Content-Marketing. Kann jeder. Also hilfreiche und unterhaltende Beiträge teilen, die interessieren und neugierig machen. Nicht irgendein plumper Werbezeug.

**Wie sieht es mit der Mitarbeitersuche aus – speziell in unserer Branche? Das ist ja eines der Themen, mit denen Sie sich im Netz ebenfalls beschäftigen.**

Auf Jobbörsen erreichen Makler nur Leute, die aktiv nach Arbeit suchen. Bei einer Fluktuation von rund 10% in der Branche ist das nur einer von zehn auf dem Spielfeld. Und die anderen neun? Von denen sind sieben mehr oder weniger zufrieden mit ihrem Job und möglicherweise offen für Neues. Denen müssen Makler ihre Stelle aktiv vor die Nase halten. Oder besser sich ständig als Arbeitgeber in der Region präsentieren. Das gilt auch für Fachabteilungen. Gibt es einen besseren Weg als die Facebook-App, mit dem Makler ein Stellenangebot gezielt auf das Handy passender Kandidaten schicken können? Wir machen den ganzen Tag nichts anderes.

**Kann man Sie eigentlich auch einen Influencer nennen?**

Ja.

Okay, als solcher agieren Sie auch schon seit Langem in den sozialen Medien. Was sagt Ihnen das, was Sie dort

## heute sehen, über die Finanz- und Versicherungswirtschaft im Allgemeinen und über Makler und Vermittler aus?

Derzeit spüre ich keine Euphorie in der Branche. Schadenfreude verdrängt jetzt die Sorge vieler Vermittler vor den InsurTechs. Es ist nicht alles so rosig, wie die Revoluzzer uns das glauben machen wollen. Mich erinnert das allerdings an die Schadenfreude des Pferdezüchters, nachdem er den ersten Unfall mit einem Automobil sah. Was lernt die Versicherungswelt daraus? Das Geschäftsmodell von morgen sollte ebenso interessant sein wie der Unternehmensgewinn von heute. Scheitern ist in Ordnung. Weniger Neid und Missgunst und mehr Mut und Geduld würden uns weiterbringen.

## Wenn Sie Vermittlern einen Rat geben dürften, welcher wäre das?

Nehmen wir an, ein potenzieller Kunde möchte eine BU-Versicherung abschließen. Er weiß bereits, worum es geht, und möchte mehr Einzelheiten. Er fragt Google. Google schickt ihn zu einem Makler, dessen Webseite übersprudelt mit Infos zur BU. Der Bauchladen-Makler geht leer aus. Vermittler müssen sich spezialisieren. Sei es in einem Bereich wie Gewerbe oder Biometrie, in einer Nische wie Cyber oder BU oder in einer Zielgruppe wie Handwerker oder Zahnärzte.

Oder der Makler ist ein erster Ansprechpartner am Ort. Wie ein Hausarzt. Dazu braucht er ein Netzwerk an Spezialisten. Sympathie plus Vertrauen plus Netzwerk kann für einen ehemaligen Bauchladen-Vermittler eine Spezialisierung sein. Er muss es den Leuten nur sagen.

## Lassen Sie uns über die Verknüpfung von Online- und Offline-Welt sprechen. Das persönliche Zusammentreffen bleibt weiter wichtig, ist unsere These. Wie ist hier Ihre Prognose?

Facebook, Google und Webseiten stellen den Kontakt zwischen Kunden und Vermittler her. Der Vermittler zeigt, dass er nett, vertrauenswürdig und kompetent ist. Bringt er das gut rüber, schreibt ihm der Kunde wegen der Einzelheiten eine Nachricht. Gegen die optimierten Vergleichsportale für einfache

Versicherungen kommt kein Makler an. Seine Chancen liegen in komplexen Lösungen für Gewerbe, Familien und Nischen wie Oldtimer, Denkmäler und Rennpferde.

## Sind InsurTechs oder Apps eigentlich eine „Gefahr“ für Social Media? Sie finden ja eher in geschlossenen Systemen statt. Oder hat das eine mit dem anderen gar nichts zu tun?

Sehen Sie WeChat in China an. Chinesen kaufen über WeChat ein, überweisen Geld, buchen Termine, suchen Ehepartner und tausend Dinge mehr. Wozu für jede Lebenslage eine App? WeChat ist ein Betriebssystem mit unzähligen Funktionen. Ein Internet im Internet. Apps, wie wir sie heute kennen, sind Brückentechnologie. Wie das Fax. Viele InsurTech-Makler, die sich nur über eine App definieren, verschwinden. Anders InsurTech-Versicherer. Oder Modelle, die wir uns heute noch nicht ausmalen können.

## Zum Schluss: Welchen sehr praktischen Social-Media-Tipp haben Sie für unsere Leser?

Schreiben Sie auf ein Blatt Papier: Auf welche Menschen haben Sie sich spezialisiert? Welche Tipps und Infos helfen und unterhalten diese Menschen? Welche Webseiten gibt es, zum Beispiel Blogs und Magazine, deren Beiträge Sie mit den Menschen teilen können? Fertig. Jetzt richten Sie sich ein Konto bei Social Pilot ein. Dann planen Sie diese Beiträge für Facebook und XING im Voraus. Ach, übrigens, Sie haben gerade Ihre Social-Media-Strategie aufgeschrieben. ■



Hans Steup

„Apps, wie wir sie heute kennen, sind Brückentechnologie. Wie das Fax. Viele InsurTech-Makler, die sich nur über eine App definieren, verschwinden.“



## Urteile kurz & knapp zusammengefasst

### ◆ Provisionen können Elterngeld erhöhen

Provisionen, die der Arbeitgeber im Bemessungszeitraum vor der Geburt des Kindes zahlt, können das Elterngeld erhöhen, wenn sie als laufender Arbeitslohn gezahlt werden. Werden Provisionen hingegen als sonstige Bezüge im lohnsteuerrechtlichen Sinne gezahlt, erhöhen sie das Elterngeld nicht.

Bundessozialgericht, Urteil vom 14.12.2017, Az.: B 10 EG 7/17 R

### ◆ Schadenersatz für nicht gewährten Urlaub

Ein Urlaubsanspruch in einem bestehenden Arbeitsverhältnis kann zu einem Schadenersatzanspruch werden, wenn der Arbeitgeber den rechtzeitig beantragten Urlaub nicht gewährt. Der Arbeitnehmer hat dann Anspruch auf Ersatzurlaub. Einen Schadenersatz in Form von Geld kann er für den nicht gewährten Urlaub nicht verlangen. Im verhandelten Fall ging es um ein Altersteilzeitarbeitsverhältnis, bei dem der Arbeitnehmer in die Freistellungsphase eingetreten ist.

Bundesarbeitsgericht, Urteil vom 16.05.2017, Az.: 9 AZR 572/16

### ◆ Minderung des Reisepreises wegen nutzlos aufgewendeter Urlaubszeit

Werden Reisende wegen Überbuchung für drei Tage in einem anderen Hotel untergebracht, das nicht die gewünschten Anforderungen erfüllt und außerdem schwerwiegende Hygienemängel aufweist, muss der Reiseveranstalter eine Minderung des Reisepreises wegen nutzlos aufgewendeter Urlaubszeit gewähren. Voraussetzung ist, dass die Reise dadurch insgesamt erheblich beeinträchtigt wird. Denn wenn vertraglich ein bestimmtes Hotel versprochen wird, so zahlt der Reisende einen Teil des Preises auch dafür, dass er diese Auswahl selbst trifft und gerade nicht dem Reiseveranstalter überlässt.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 21.11.2017, Az.: X ZR 111/16

### ◆ Keine Kostenerstattungspflicht für Reinigung nach Wildunfall

Wer eine Straße über das übliche Maß hinaus verschmutzt, muss die Verunreinigung beseitigen oder gegenüber der Straßenbaubehörde die Kosten für die Reinigung tragen. Bei auf der Straße oder im Straßengraben verendeten Tieren infolge eines Wildunfalles handelt es sich aber nicht um eine Verunreinigung laut § 7 Abs. 3 des Bundesfernstraßengesetzes. Auch für die Beseitigung und Entsorgung der angefahrenen Tiere dürfen den Autofahrern keine Kosten in Rechnung gestellt werden.

Oberverwaltungsgericht Niedersachsen, Urteil vom 22.11.2017, Az.: 7 LC 34/17

### ◆ Französischer Haftpflichtversicherer haftet nicht bei minderwertigen Brustimplantaten

Ein französischer Haftpflichtversicherer eines in Frankreich ansässigen Unternehmens, das Brustimplantate mit minderwertigem Industriesilikon hergestellt hat, haftet nicht gegenüber einer in Deutschland operierten Patientin, wenn der Schutz dieser Haftpflichtversicherung auf das französische Staatsgebiet beschränkt ist. Die Beschränkung des Versicherungsschutzes ist wirksam und diskriminiert die Klägerin auch nicht aufgrund ihrer Staatsangehörigkeit. Eine in Deutschland operierte Französin wäre nicht bessergestellt als die Klägerin.

Oberlandesgericht Hamm, Beschluss vom 19.06.2017, Az.: 3 U 30/17

### ◆ Defekter Trocknungsbalken in Waschanlage: Keine Haftung des Betreibers

Der Betreiber einer Waschanlage haftet nicht für Schäden, die durch den Trocknungsbalken verursacht werden, dessen Sensor defekt ist. Im verhandelten Fall brach der Balken in die Windschutzscheibe, weil die Kontur des Fahrzeugs nicht erkannt wurde. Grundsätzlich haftet der Betreiber zwar für Fahrzeugschäden, die bei der Benutzung seiner Waschanlage entstehen. Vermutlich liegt auch die Schadenursache im Gefahrenbereich des Betreibers, wenn kein Fehlverhalten des Nutzers oder ein Defekt des Fahrzeugs vorliegen. Der Betreiber konnte hier jedoch nachweisen, dass der Schaden auch bei pflichtgemäßer Sorgfalt nicht zu vermeiden gewesen wäre. Der Geschädigte kann den Hersteller der Waschstraße in Anspruch nehmen.

Oberlandesgericht Frankfurt, Urteil vom 14.12.2017, Az.: 11 U 43/17



## Wer haftet für einen Sturz auf der Fluggastbrücke?

(ac) Ein Mann, der vor einem Flug beim Einsteigen auf der Fluggastbrücke aufgrund einer feuchten Stelle zu Fall kam, hat das Luftfahrtunternehmen verklagt. Er hatte sich bei seinem Sturz seine Kniescheibe gebrochen und verlangt Schadenersatz für aufgewendete Heilungskosten, für erlittene Erwerbsunfähigkeit und aus abgetretenem Recht auf Entgeltfortzahlung sowie ein Schmerzensgeld. Das Oberlandesgericht (OLG) Düsseldorf hat angenommen, die Beklagte sei nicht zum Schadenersatz verpflichtet. Der Haftungstatbestand erfasse nur solche Ereignisse, deren Ursache in typischen Risiken des Luftverkehrs liege. Eine durch Feuchtigkeit auf dem Boden einer Fluggastbrücke bedingte Rutschgefahr stehe in keinem inneren Zusammenhang mit den speziellen Gefahren des Luftverkehrs, sondern sei auch in anderen Lebensbereichen möglich.

### BGH: Fluggastbrücke birgt spezifische Gefahren

Der Bundesgerichtshof hält anders als das Berufungsgericht eine Haftung des Luftverkehrsunternehmens für gegeben, wenn die Behauptungen des Klägers zum Unfallhergang richtig sind. Die Vorschriften über die Beförderung im internationalen Luftverkehr bezwecken den Schutz des Reisenden vor spezifischen Gefahren einer Verletzung während einer Luftbeförderung. Hierunter seien auch die Vorgänge des Einsteigens in das Flugzeug und des Aussteigens aus dem Flugzeug gefasst. Die Fluggastbrücke berge spezifische Risiken, vor denen die gesetzlich angeordnete Gefährdungshaftung den Reisenden schützen solle. Dazu zähle auch die Gefahr von Kondenswasserbildung durch die Verbindung von unterschiedlich temperierten Bereichen. Komme der Reisende zu Schaden, müsse das Luftverkehrsunternehmen hierfür einstehen.

BGH, Urteil vom 21.11.2017, Az.: X ZR 30/15

## Bundesgerichtshof fordert strengere Regeln bei Offenlegung von Vertriebsprovisionen

(ac) Der Bundesgerichtshof hat die Kriterien für die Offenlegung von Vertriebsprovisionen von Fondsvermittlern weiter zugespitzt. Laut einem aktuellen Urteil müssen Anlagenvermittler und Anlageberater nun auch das Agio einbeziehen, wenn sie dem Käufer einer Kapitalanlage ihre Vertriebsprovisionen offenlegen. Im verhandelten Fall fordert der Kläger Schadenersatz von seinem Finanzvermittler wegen fehlerhafter Anlageberatung. Dieser hatte ihm 2008 eine Beteiligung an einem Schiffsfonds empfohlen. Der Kläger beteiligte sich daraufhin mit 20.000 Euro zzgl. 5% Agio an dem Fonds.

### Fall: Beteiligung an Schiffsfonds

Der Kläger machte geltend, dass unter Berücksichtigung des Agios von 5% Innenprovisionen von 20% geflossen seien. Die Beklagte hingegen war der Auffassung, dass ihr im Hinblick auf die Vertriebskosten keine Aufklärungspflichtverletzung anzulasten sei. Sie habe zum damaligen Zeitpunkt keine Provisionszahlungen von über 15% erhalten. Das Agio sei bei der Ermittlung der Innenprovisionen nicht zu berücksichtigen.

### BGH: Anleger hat meist die Gesamtkosten der Kapitalanlage vor Augen

Der BGH sah das anders. Nach seiner Auffassung habe der durchschnittliche Anleger meist den Gesamtbetrag einschließlich des Agios vor Augen, den er aufbringen müsse, um die Beteiligung zu erwerben. Von diesem Gesamtbetrag hänge es ab, ob sich die Anlage für ihn rentiere oder nicht. Insofern ist es laut BGH relevant, welcher Anteil dieses Gesamtbetrags dazu dient, den Wert der Anlage zu schaffen oder zu erhöhen und welcher Anteil lediglich dazu dient, das Eigenkapital zu beschaffen. Letzteres schließe laut dem BGH das Agio mit ein. Im Gegensatz zur Vorinstanz ist der BGH also der Ansicht, dass sich der Rückschluss auf die Werthaltigkeit der Kapitalanlage aus dem Verhältnis der Vertriebskosten zum einzubringenden Eigenkapital ergibt. Ob sich eine Anlage rentiert, sei typischerweise bereits dann infrage gestellt, wenn mehr als 15% des einzubringenden Eigenkapitals in Kapitalvermittlungskosten fließen. Dies war im vorliegenden Fall somit gegeben.

BGH, Urteil vom 19.10.2017, Az.: III ZR 565/16

## Urteil des BFH zur doppelten Belastung von Altersvorsorgeaufwendungen und Altersbezügen

(ac) Gegen die Rentenbesteuerung bestehen keine verfassungsrechtlichen und unionsrechtlichen Bedenken. Allerdings besteht eine Verpflichtung zur Saldierung von anderweitigen Rechtsfehlern. Ermittelt werden muss die Höhe der früheren, aus unversteuertem Einkommen geleisteten Altersvorsorgeaufwendungen. Im Rahmen der Beurteilung der Frage, in welchem Umfang ein Steuerpflichtiger seine Altersvorsorgeaufwendungen nach der bis 2004 geltenden Rechtslage aus versteuertem Einkommen geleistet hat, gelten Beiträge zu privaten Rentenversicherungen und kapitalbildenden Lebensversicherungen im Verhältnis zu den Beiträgen zur gesetzlichen Sozialversicherung als lediglich nachrangig abziehbar.

BFH, Urteil vom 23.08.2017, Az.: X R 33/15

## Sturz beim Bowling-Turnier kann Arbeitsunfall sein

(ac) Stürzt ein Versicherter während eines auf einer Dienstreise durchgeführten betrieblichen Bowling-Turniers, kann dieser Vorfall als Arbeitsunfall gewertet werden. Dies hat das Sozialgericht Aachen entschieden. Geklagt hatte ein Versicherter, der an einer mehrtägigen betrieblichen Veranstaltung eines Partnerunternehmens seines Arbeitgebers teilgenommen hatte. Im Verlauf eines in dessen Rahmen stattfindenden Bowling-Turniers stürzte der Kläger auf der Bowlingbahn und renkte sich dabei die Schulter aus.

## Nebenpflicht im Arbeitsverhältnis

Die Berufsgenossenschaft ordnete den Vorfall dem privaten Bereich zu. Das Gericht war gegenteiliger Ansicht und sah die Tätigkeit als Nebenpflicht aus seinem Arbeitsverhältnis an. Ausschlaggebend war, dass dem Kläger die Teilnahme an der Fortbildung von seinem Arbeitgeber vorgeschrieben worden war und das Bowling-Turnier einen zentralen Programmpunkt der Veranstaltung bildete. Als Veranstaltungszweck stand der Austausch mit den Mitarbeitern des Partnerunternehmens im Fokus, von der beide Betriebe zu profitieren hofften. Insofern habe der Kläger mit seiner Teilnahme eine Nebenpflicht aus seinem Arbeitsverhältnis erfüllt. Das Ermöglichen persönlicher Belange des Klägers wie einer sportlichen Betätigung lasse den betrieblichen Zweck als vordergründigen Aspekt nicht entfallen.

SG Aachen, Urteil vom 06.10.2017, Az.: S 6 U 135/16

## Leistungsanspruch bei Wasserschaden wegen offener Dusche

(ac) Das Oberlandesgericht (OLG) München hatte in einem Streitfall zu entscheiden, bei dem es zu einem Wasserschaden in einer Dusche ohne Duschwanne kam. Der vom Versicherungsnehmer aufgrund der Schäden in Anspruch genommene Versicherer versagte die Leistung und berief sich auf Leistungsfreiheit. Im Haus des Klägers befindet sich im Badezimmer eine Dusche ohne Duschwanne oder geschlossene Duschkabine. Daraus trat unplanmäßig Leitungswasser aus, sodass im darunter befindlichen Raum ein Wasserschaden entstand. Die Begründung zum ablehnenden Bescheid des Versicherers war, dass der Versicherungsschutz nur dann bestünde, wenn Leitungswasser bestimmungswidrig aus einer mit dem Rohrsystem fest verbundenen Einrichtung der Wasserversorgung (Duschwanne) im Sinne der allgemeinen Versicherungsbedingungen für die Leitungswasserversicherung austrete. Die Ableitung des Duschwassers erfolgte direkt durch einen Bodenablauf. Der Versicherungsnehmer hat daher keinen Anspruch auf Versicherungsleistung.

OLG München, Hinweisbeschluss vom 30.08.2017, Az.: 25 U 1728/17



Die Leitungswasserversicherung zahlt nicht für Wasserschäden einer Dusche, wenn das Wasser nur über einen Bodenablauf abgeleitet wird.

## Verschweigen von Bagatellerkrankungen bei Gesundheitsfragen

(ac) Bei der Beantwortung von Fragen nach dem Gesundheitszustand liegt nur dann eine arglistige Täuschung vor, wenn dem Antragsteller bewusst ist, dass die Nichterwähnung der nachgefragten Umstände den Entschluss des Versicherers beeinflussen kann, ob er den Versicherungsvertrag annimmt oder nicht. Im Streitfall vor dem Oberlandesgericht Düsseldorf ging es um Ansprüche aus einer Risikolebensversicherung einer verstorbenen Frau. Sie hatte ihren Ehemann als Bezugsberechtigten eingesetzt. Dieser gab an, dass der Versicherungsmakler seine Frau darauf hingewiesen habe, dass Bagatellerkrankungen nicht erwähnt werden müssen. Das Gericht gab ihm Recht. Für den durchschnittlichen Versicherungsnehmer sei es ohne Weiteres einleuchtend, dass bloße alltägliche Bagatellbeschwerden bereits in die Tarife einbezogen sind und als solche keinen Einfluss auf die Willensbildung des Versicherers haben, hieß es in der Urteilsbegründung. So sei Sodbrennen beispielsweise eine in der Bevölkerung weitverbreitete Erkrankung. Dass die Frau eine Magenspiegelung verschwiegen, war nach Ansicht des Gerichts keine Arglist, da die Untersuchung keinen schwerwiegenden Befund ergab. Nichts Besonderes seien laut dem Gericht zudem Atembeschwerden während der Heuschnupfenzeit.

### Auswirkungen falscher Angaben auf die Vertragsgestaltung gering

Die Auswirkungen der unzutreffenden Angaben der Ehefrau seien im Hinblick auf die Vertragsgestaltung eher gering, so die Begründung weiter. Der Vertrag wäre auch mit richtigen Angaben zustande gekommen, zwar mit einem hohen Risikoaufschlag von 41% wegen der genannten Krankheiten. Angesichts der niedrigen Beiträge der Frau von nur 58 Euro monatlich, wäre das absolut gesehen jedoch kaum erheblich. Die Versicherung muss deswegen die Versicherungssumme an den Ehemann zahlen. OLG Düsseldorf, Urteil vom 27.10.2017, Az.: I-4 U 145/16

## Erstattung von Umsatzsteuer vom Kfz-Versicherer erst nach Vorlage der Rechnung

(ac) Der Versicherungsnehmer kann erst nach Vorlage der Rechnung vom Versicherer die Erstattung der Umsatzsteuer für die Anschaffung eines neuen Fahrzeugs in der Kfz-Versicherung verlangen. Zudem hat das Oberlandesgericht Saarbrücken geklärt, dass der Versicherer beim Zahlungsanspruch der Neuwertentschädigung berechtigt ist, einen Werksangehörigenrabatt, der dem Versicherungsnehmer vom Fahrzeughersteller gewährt wurde, abzuziehen. Die Minderung ist gleichermaßen auf die Einkommensteuer anzuwenden, wobei die Darlegungslast beim Versicherungsnehmer liege. Der versicherte Kläger machte gegen die beklagte Versicherung Ansprüche aus einer Kfz-Kaskoversicherung wegen eines Brandschadens geltend. Im verhandelten Fall entschied das OLG Saarbrücken auch, dass die auf das Neufahrzeug anfallende Umsatzsteuer laut den Versicherungsbedingungen nur erstattungsfähig ist, wenn und soweit sie tatsächlich angefallen ist. Dies habe der Versicherte darzulegen.

OLG Saarbrücken, Urteil vom 23.08.2017, Az.: 5 U 61/16

## Strafzinsen für Kleinsparer sind bei Neuverträgen zulässig

(ac) Angesichts der anhaltenden Niedrigzinsphase haben einige zumeist kleinere Banken begonnen, Negativzinsen von Kleinanlegern auch bei positivem Kontostand zu verlangen. Damit übertragen Banken die Kosten, die die Europäische Zentralbank für das kurzfristige Parken von Geld gegenüber den Banken erhebt, auf ihre Kunden. Verbraucherschützer befürchten nun, dass dies zur Norm werden könnte. In einem aktuellen Fall hat die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg gegen die Volksbank Reutlingen auf Unterlassung geklagt. In einem Preisaushang hatte die Bank Negativzinsen für Sparguthaben für möglich erklärt. Die Bank strich die Negativzinsen daraufhin aus den Geschäftsbedingungen. Sie lehnte es jedoch gegenüber der Verbraucherzentrale ab, auch für die Zukunft Strafzinsen generell auszuschließen.

### Bewusstes Einverständnis nötig

Das Landgericht Tübingen sieht Negativzinsen bei neu abgeschlossenen Sparverträgen für zulässig, da sich hier Bank und Anleger bewusst auf die entsprechenden Konditionen einigen können. Bei bereits bestehenden Konten und ohne das bewusste Einverständnis der Anleger hält das Gericht es hingegen für problematisch. Das endgültige Urteil steht aus. Es wird noch im Januar erwartet.



# Rechtliche Rahmenbedingungen: Was bleibt – Was kommt?

Die Vertriebsstimmung der unabhängigen Vermittler (AssCompact TRENDS III/2017) ist relativ stabil. Allerdings trägt die weitere Verschärfung der rechtlichen Rahmenbedingungen nicht zur Verbesserung der Stimmungslage bei. Einige der Gründe dafür sowie Hinweise und Praxistipps, worauf sich die Vermittler einzustellen haben, zeigt der folgende Überblick.

**D**as EU-Parlament hat die Kommission im Zusammenhang mit den beiden Delegierten Verordnungen (D VO) aufgefordert, den Geltungsbeginn der IDD auf den 01.10.2018 zu verschieben, unter Beibehaltung der Umsetzungsfrist 23.02.2018. Ob deshalb das in Deutschland bereits verabschiedete und zu einem kleinen Teil bereits in Kraft getretene IDD-Umsetzungsgesetz nicht am 23.02.2018 in Kraft treten wird, erscheint angesichts der aktuellen politischen Situation zumindest zweifelhaft. Unabhängig davon ist das Gebot der Stunde, sich als Vermittler vorzubereiten, seine Prozesse zu ergänzen und zu optimieren, unter anderem für den Vertrieb der Produkte in Zielmärkten, Erstinformation, Beratung und Vergütung sowie Qualifikation. Dazu genügt es nicht, sich „nur“ mit kommenden deutschen gesetzlichen Neuregelungen und der bislang im Entwurf vorliegenden Neufassung der VersVermV zu beschäftigen.

Auch die beiden Delegierten Verordnungen sind für Versicherungsvermittler unmittelbar nach Inkrafttreten verbindlich. Es handelt sich dabei um die Verordnungen Aufsichts- und Lenkungsanforderungen für Produkte an Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreiber (C(2017) 6218) sowie für den Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten ergänzende Regelungen zu Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln (C(2017) 6229). Erwähnt sei noch, dass ab dem 01.01.2018 die Verordnung über Basisinformationsblätter für verpackte Anlageprodukte für Kleinanleger und Versicherungsanlageprodukte (PRIIP-Verordnung) gilt, wonach vor Abgabe der Vertragserklärung Basisinformationsblätter (KID = Key Information Documents) zu übergeben sind.

## Produktvertriebsvorkehrungen/Zielmärkte

Versicherungsvermittler müssen gemäß § 14 Abs. 1 VersVermV-E sowie Kapitel III D VO „Lenkungsanforderungen für Versicherungsvertreiber“ durch Produktvertriebsvorkehrungen (Art. 10 D VO) sicherstellen, dass sie sämtliche Informationen zum Produktfreigabeverfahren bei den Herstellern einholen, die erforderlich sind, um das Produkt sowie den ermittelten Zielmarkt zu verstehen und das Produkt im besten Interesse der Kunden zu vertreiben, damit ihre Vertriebsstrategie der vom Hersteller aufgestellten und dem von ihm

ermittelten Zielmarkt entspricht. Der Vertreter muss seine Vorkehrungen für den Produktvertrieb in einem schriftlichen Dokument festlegen, das er den betreffenden Mitarbeitern zur Verfügung zu stellen hat. Artikel 10 D VO sieht außerdem regelmäßige Überprüfungen und erforderlichenfalls Anpassungen der Produktvertriebsvorkehrungen vor. Zudem legt Artikel 11 D VO Unterrichtungspflichten gegenüber dem Hersteller bei Fehlentwicklungen fest. Artikel 12 D VO verpflichtet die Vermittler, ihre Maßnahmen für die Produktvertriebsvorkehrungen zu dokumentieren, zu Prüfzwecken aufzubewahren und den zuständigen Behörden auf Verlangen zur Verfügung zu stellen. Diese Verpflichtungen gelten für alle Versicherungsprodukte.

Als Praxistipp ist dringend zu empfehlen, sich standardisierte Verfahren zur Einholung der Informationen von den Produktherstellern, deren Dokumentation sowie der Dokumentation der eigenen Produktvertriebsvorkehrungen und deren Überprüfung einzurichten. Ergänzt sei noch, dass Vermittler, die lediglich bestehende Versicherungsprodukte anpassen, nach Artikel 3 Abs. 3 D VO nicht als Hersteller von Versicherungsprodukten gelten.

## Erstinformation

§ 15 VersVermV-E erweitert die statusbezogenen Informationspflichten, so dass die Erstinformation zu überarbeiten ist, auch um Bußgelder nach § 26 Abs. 1 Nr. 3 VersVermV-E zu vermeiden. Der Versicherungsvermittler muss künftig

u. a. mitteilen, dass er eine Beratung anbietet, die Art der Vergütung, die er im Zusammenhang mit der Vermittlung erhält und ob diese direkt vom Kunden zu zahlen oder als Provision oder sonstige Vergütung in der Prämie enthalten ist. Zudem ist anzugeben, ob er als Vergütung andere Zuwendungen oder Kombinationen von Vergütungen erhält, § 15 Abs. 1 Nr. 4 bis Nr. 8 VersVermV-E.

Breibt der Vermittler eine Website, über die er Versicherungsprodukte vermittelt oder Vergleiche (vgl. § 34d Abs. 1 S. 4 Nr. 2 GewO-neu, § 16 Abs. 2 VersVermV-E) anbietet, muss die Erstinformation ebenfalls beim ersten geschäftlichen Kontakt übermittelt werden. „Nachlässigkeiten“ sind schon nach aktuellem Stand keine Lappalie, sondern ein abmahnfähiger Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht, wie das „Check24“- Urteil des OLG München vom 06.04.2017 zeigt (Az.: 29 U 3139 – alle Urteile und Materialien auf [www.vertriebsrecht.de](http://www.vertriebsrecht.de)).

Die bloße Abrufbarkeit der Erstinformation von einer Internetseite genügt nicht. Es ist Aufgabe des Versicherungsvermittlers, sie dem Versicherungsnehmer in Textform zu übermitteln. Als Alternative zur Übermittlung schlägt das OLG München zum Beispiel einen obligatorischen Download vor, ohne den der Vermittlungsvorgang nicht fortgesetzt werden kann.

## Beratung

Das OLG München hat in Sachen Check24 ferner festgehalten, dass eine Vermittlung über Webseiten ohne Befragung und situationsbedingte Beratung ebenfalls einen abmahnfähigen Wettbewerbsverstoß gegen vorvertragliche Verhaltenspflichten des Vermittlers (§ 61 VVG) darstellt. Daran ändert sich auch künftig nichts, sodass Vermittler, die über ihre Website Versicherungen vertreiben, einen entsprechenden Beratungsprozess auf ihrer Website implementieren müssen, um Abmahnungen oder Haftungsfällen vorzubeugen. Zwar ist künftig ein Beratungsverzicht in Textform möglich, § 61 Abs. 2 VVG-neu. Dringend abzuraten ist allerdings davon, einen solchen Beratungsverzicht standardisiert auf der Vermittlerwebsite „einzubauen“.

## Pflichten zur Information und Beratung bei Versicherungs(anlage)produkten

Einiges Neues steckt für alle Vermittler in der Verweisung in § 59 Abs. 1 VVG-neu, wonach die §§ 1a, 6a, 7a, 7b und 7c VVG-neu für Versicherungsvermittler entsprechend gelten. Versicherungsvermittler und Versicherer müssen künftig und für alle Versicherungsprodukte bei ihrer „Vertriebstätigkeit gegenüber Versicherungsnehmern stets ehrlich, redlich und professionell in deren bestmöglichem Interesse handeln“; § 1a Abs. 1 VVG-neu. Die Neuregelungen zu Einzelheiten der Auskunftserteilung (§ 6a VVG-neu) und zu Informationspflichten bei Querverkäufen (§ 7a VVG-neu) betreffen ebenfalls alle Versicherungsprodukte. Die Pflichten zur Information bei Versicherungsanlageprodukten (§ 7b VVG-neu), Befragung und Beurteilung sowie Berichtspflichten (§ 7c VVG-neu) sollen den Beratungsprozess dem der Finanzanlageprodukte anpassen. Deshalb werden Vermittlern mit einer Erlaubnis nach § 34f GewO die Neuerungen, wie zum Beispiel die Beurteilung der Geeignetheit von Versicherungsanlageprodukten, bekannt vorkommen.

Bei einer Beratung sind Informationen über Kenntnisse und Erfahrungen des Versicherungsnehmers sowie dessen finanzielle Verhältnisse und Anlageziele einzuholen. Danach ist zu prüfen, ob das Produkt den Anlagezielen des Kunden entspricht, die finanziellen Risiken entsprechend den Anlagezielen tragbar sind und der Kunde mit seinen Kenntnissen und Erfahrungen die Risiken verstehen kann. Artikel 9 konkretisiert die zur Beurteilung der Geeignetheit einzuholenden Informationen, zum Beispiel über Herkunft und Höhe des Einkommens, Vermögenswerte, Anlagen und Immobilienbesitz sowie regelmäßiger finanzieller Verpflichtungen. Es dürfen nur passende Produkte empfohlen werden. Die Geeignetheitserklärung ist dem Kunden vor Vertragsabschluss zur Verfügung zu stellen, § 7 Abs. 5 VVG-neu, Art. 14 D VO.

Auch die Regelungen zur stets durchzuführenden Angemessenheitsprüfung in § 7c Abs. 2 VVG-neu erinnern an die Regelungen in § 16 Abs. 2 FinVermV und werden durch Art. 15 und 17 D VO mit den dazu beim Kunden einzuholenden Informationen konkretisiert. Es erscheint zweifelhaft, ob die Anlegerprofilierung, die u. a. eine Zuordnung der Produktrisikoklassen zu der Risikotragfähigkeit des Versicherungsanlagekunden bei der Produktempfehlung abdecken muss, künftig noch „per Hand“ erfolgen sollte. Praxistipp: sich durch Softwarelösungen, die Angemessenheits- und Geeignetheitsprüfungen anbieten, unterstützen lassen. Die Software muss als „Nebenprodukt“ gleichzeitig eine Dokumentation des Beratungsprozesses inklusive der Geeignetheitserklärung liefern, zumal diese gemäß Artikel 19 D VO aufzubewahren ist und gemäß § 7c Abs. 5 VVG die erbrachten Beratungsleistungen, die berücksichtigten Präferenzen, Ziele und andere kundenspezifische Merkmale auszuweisen hat. ▶

Vermittler sollten sich durch Softwarelösungen bei den Angemessenheits- und Geeignetheitsprüfungen unterstützen lassen.

## Vergütungen und Interessenkonflikte

§ 14 Abs. 2 VersVermV-E regelt (vgl. § 48a Abs. 1 VAG-neu für Versicherungsunternehmen): „Der Gewerbetreibende darf seine Beschäftigten nicht in einer Weise vergüten oder bewerten, die mit ihrer Pflicht, im bestmöglichen Interesse der Versicherungsnehmer zu handeln, kollidiert. Der Gewerbetreibende darf keine Vorkehrungen durch die Vergütung, Verkaufsziele oder in anderer Weise treffen, durch die Anreize für ihn selbst oder seine Angestellten geschaffen werden könnten, einem Versicherungsnehmer ein bestimmtes Versicherungsprodukt zu empfehlen, obwohl er ein anderes, den Bedürfnissen des Versicherungsnehmers besser entsprechendes Versicherungsprodukt anbieten könnte.“ Ergänzt wird das durch Regelungen für Versicherungsanlageprodukte zu Vergütung in § 19 VersVermV-E sowie zu Vermeidung und Offenlegung von Interessenkonflikten in § 18 VersVermV-E (vgl. für Versicherungsunternehmen § 48a Abs. 2 ff. VAG-neu) und die im Entwurf noch allgemeine Verweisung auf die entsprechende Delegierte Verordnung.

Die Artikel 3 bis 8 D VO ergänzen weitere Informationspflichten und Wohlverhaltensregeln, so zur Ermittlung von Interessenkonflikten, schriftlicher Festlegung angemessener Grundsätze für den Umgang mit Interessenkonflikten und deren Umsetzung sowie deren Offenlegung grundsätzlich nur als letztes Mittel, Aufzeichnungspflichten und mindestens jährliche Überprüfung der festgelegten Grundsätze. Dabei dürfte Art. 5 Abs. 2 D VO für die Entwicklung angemessener alternativer

Bei Vergütungs-, Boni- und Aufstiegssystemen sollte man laufende Vergütungen oder qualitative Komponenten, wie Stornoquoten, berücksichtigen.

Verfahren und Maßnahmen gerade für kleine und mittlere Vermittlerbetriebe wichtig sein, sofern die Verfahren und Maßgaben des

Art. 5 für die Größe und Tätigkeiten des Versicherungsmittlers nicht passen. Art. 8 Abs. 2 D VO enthält Bewertungskriterien für nicht abschließende Anreiztypen, die das Risiko von nachteiligen Auswirkungen gegenüber Kunden erhöhen, wie zum Beispiel, dass ein Anreiz ein(e) Angebot/Empfehlung eines Produkts fördert, obwohl ein anderes Produkt besser den Bedürfnissen des Kunden entspricht oder der Anreiz qualitative Kriterien nicht berücksichtigt.

Negativ bewertet sind auch variable oder an Zielerreichungen gebundene Schwellen oder andere Erhöhungsmechanismen, die bei Erreichung von Verkaufszielen ausgelöst werden. Die BaFin hat außerdem angekündigt, das Vermittlerrundschreiben 10/2014 (VA) zu überarbeiten, u. a. zu ihren Erwartungen zur Provisionsgestaltung und zu Vertriebsanreizen, möglicherweise auch zur Höhe von Abschlussprovisionen. Praxistipp: Bei den Vergütungs-, Boni- und Aufstiegssystemen sowohl der Produktpartner als auch der eigenen Vertriebspartner oder Angestellten sollte man sich von Verkaufszielen und quantitativen Anreizsystemen verabschieden und ergänzend laufende Vergütungen oder qualitative Komponenten, wie zum Beispiel Stornoquoten, einbauen. Dabei ist auf einfache Hand-

habbarkeit und gute Nachvollziehbarkeit zu achten. Unterschiedliche Vergütungssätze für vergleichbare Produkte, wie sie auch künftig bei Maklern und Mehrfachagenten noch vorkommen werden, führen zu besonderen Herausforderungen bei möglichen Offenlegungspflichten. Deshalb muss u. a. die Geeignetheitsprüfung hier besonders detailliert dokumentiert werden, um die Herleitung des am besten für den Kunden passenden Produkts unabhängig von Vergütungsanreizen als Ergebnis der Beratung nachvollziehbar darzustellen, zumal die Empfehlung eines ungeeigneten Versicherungsanlageproduktes eine bußgeldbewehrte Ordnungswidrigkeit darstellt, § 147c Abs. 1 Nr. 2 GewO-neu.

## Fortbildungspflicht auch für Beschäftigte

§ 7 VersVermV-E enthält Regelungen zu der gem. § 34d Abs. 9 Satz 2 GewO-neu vorgesehenen Fortbildungspflicht von 15 Stunden pro Kalenderjahr (2018 12,5 Stunden), auch wenn über Einzelheiten, wie zum Beispiel die Lernerfolgskontrolle, noch diskutiert wird. Sie betrifft Vermittler und bei Vermittlung (Achtung: weit gefasster Vermittlungsbegriff – § 34d Abs. 1 GewO-neu: „Mitwirken bei der Verwaltung und Erfüllung von Versicherungsverträgen, insbesondere im Schadensfall!“) oder bei Beratung mitwirkende Beschäftigte. Praxistipp für Vermittler mit eigener Erlaubnis: Struktur einrichten, die Weiterbildungsmaßnahmen in die eigenen betrieblichen Abläufe „eintaktet“, die Nachweise (auch) in den Personalakten nachhält und, zum Beispiel durch Ermächtigung von „gut beraten“ zur Weitergabe gewährleistet, dass die entsprechenden Erklärungen gemäß Anlage 4 der VersVermV-E gegenüber der IHK fristgerecht zum 31.01. des Folgejahres abgegeben werden, um Bußgelder, § 26 Abs. 1 Nr. 1 und 2 VersVermV-E, zu vermeiden.

## Anforderung an Beratungen und Dokumentation steigt weiter

Nach ständiger Rechtsprechung führen lückenhafte oder fehlende Dokumentationen zu Beweiserleichterungen im Haftungsprozess bis hin zur Beweislast umkehr. Der BGH hat in seiner Entscheidung vom 05.04.2017 (Az.: IV ZR

437/15) für Versicherungsanlageprodukte auf die von ihm entwickelten Grundsätze zur anlage- und anlegergerechten Beratung hingewiesen. Praxistipp: professioneller Umgang mit und Archivierung der Dokumentation/Geignetheitserklärung für mindestens zehn Jahre und mehr. Art. 19 D VO fordert für Versicherungsanlageprodukte die Aufbewahrung mindestens für die Dauer der Geschäftsbeziehung zwischen dem Versicherungsvermittler bzw. Versicherungsunternehmen und dem Kunden, und zwar auf einem Datenträger, der jegliche Veränderungen (= Manipulationen) leicht feststellbar macht!

## Beschwerdebearbeitung

Mit § 17 VersVermV-E werden für Vermittler mit eigener Erlaubnis Regularien für die Beschwerdebearbeitung eingeführt, die bei größeren Betrieben auch die Einsetzung einer Beschwerdemanagementfunktion umfasst. Leitlinien sind nach vorab festgelegten Kriterien zu dokumentieren und Informationen über das Verfahren der Beschwerdebearbeitung zu veröffentlichen. Über die Verpflichtung, am Streitschlichtungsverfahren teilzunehmen, wird noch diskutiert.

## Erfreulich: Mischmodelle für Vergütung weiter zulässig

Wie wichtig die Arbeit von Interessenvertretungen ist, belegt, dass das im Gesetzgebungsverfahren zunächst für Makler und Vertreter vorgesehene Honorarannahmeverbot vom Tisch ist. Damit sind von Maklern, aber auch von Vertretern mit höchstrichterlicher Billigung praktizierte Modelle der Erfolgsvergütung durch Privatkunden bei der Vermittlung von Nettotarifen weiterhin zulässig. Sie erfordern aber nach der höchstrichterlichen Rechtsprechung (vgl. LG Köln vom 14.02.2017 Az.: 11 S 250/15 zu BGH-Urteilen) erhöhte Transparenz und Aufklärung gegenüber dem Kunden sowie nach § 15 VersVermV-neu Berücksichtigung in der Erstinformation.

Wie bisher dürfen Makler zudem Honorar-Versicherungsberatung, beschränkt auf Firmenkunden und Belegschaftsgeschäft, erbringen. Ob der in § 34d Abs. 2 GewO-neu eingeführte „Honorar-Versicherungsberater“, der neben der Bera-

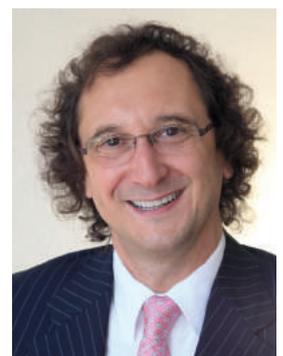
tung künftig auch vermitteln kann, an Bedeutung gewinnt, erscheint weiter fraglich. Bei Bruttotarifen trifft ihn ein „Durchleitungsgebot“ der einkalkulierten Zuwendungen mit einer korrespondierenden Verpflichtung in § 48c VAG-neu für Versicherungsunternehmen. Das Provisionsabgabeverbot (§ 48b VAG seit 29.07.2017 in Kraft; § 34d Abs. 1 GewO-neu geplant 23.02.2018) lässt gemäß § 48b Abs. 4 VAG-neu eine Provisionsabgabe nur zu, sofern diese „zur dauerhaften Leistungserhöhung oder Prämienreduzierung des vermittelten Vertrages verwendet wird“. Das Geld soll also nicht in die Hände des Kunden gelangen, womit die bisherigen Provisionsabgabemodelle so nicht mehr haltbar sind.

## §§ 34i und f GewO/FinVermV

Das IDD-Umsetzungsgesetz hat bereits mit Wirkung zum 29.07.2017 in § 34i Abs. 5 GewO klargestellt, dass Honorar-Immobilienkreditgeber keine Tätigkeit als Immobilienkreditgeber und umgekehrt ausüben dürfen. Ebenfalls seit diesem Termin ist in § 34g Abs. 1 Satz 2 eine Verordnungsermächtigung dafür eingeführt worden, Finanzanlagenvermittler zu verpflichten, telefonische Beratungsgespräche und elektronische Kommunikation mit Kunden aufzuzeichnen und zu speichern. Ob diese Verpflichtung tatsächlich im Zuge der Anpassung der FinVermV an die Maßgaben der MiFID 2 aufgenommen wird, ist offen. Die unter anderem zum 03.01.2018, dem Inkrafttreten des 2. Finanzmarktnovellierungsgesetzes (2. FiMaNoG), neu eingeführten Wohlverhaltens- und Organisationspflichten im WpHG gelten für Finanzanlagenvermittler nicht unmittelbar. Wann die entsprechende Anpassung der FinVermV kommt, ist gegenwärtig noch offen.

## GWG und Datenschutzgrundverordnung

Erwähnt werden soll noch, dass das neue Geldwäschegesetz am 26.06.2017 in Kraft getreten und von Versicherungsvermittlern zu beachten ist. Mit der am 23.05.2018 in Kraft tretenden Europäischen Datenschutzgrundverordnung und der an diesem Tag ebenfalls in Kraft tretenden Neufassung des BDSG durch das Datenschutz-Anpassungs- und -Umsetzungsgesetz EU (DSAnpUG-EU) ergeben sich für Vermittler zahlreiche neue Verpflichtungen, worauf hier nur hingewiesen werden kann, um den Rahmen dieses Beitrags nicht zu sprengen. Fazit: Seien Sie tapfer, packen Sie es an und dazu viel Erfolg für das Jahr 2018! ■



Von Dr. Michael Wurdack,  
Anwaltskanzlei Küstner, v. Manteuffel & Wurdack  
[www.vertriebsrecht.de](http://www.vertriebsrecht.de)



# Die Pflichten des Versicherungsmaklers an Beispielen der Rechtsprechung

Im Sachwalterurteil des BGH heißt es kurz und prägnant: Die Pflichten des Versicherungsmaklers gehen weit. Seither haben sich zahlreiche Gerichte immer wieder mit dem Thema auseinandergesetzt. Doch wie weit gehen die Pflichten des Versicherungsmaklers wirklich? Und können sie eingeschränkt werden?

**U**m den Versicherungsnehmer interessengerecht beraten zu können, ist der Versicherungsmakler verpflichtet, erforderliche Informationen einzuholen, um für das angefragte Risiko eine passende Deckung zu konzipieren. Das Oberlandesgericht Hamm unterstrich diese Verpflichtungen in seinem Urteil vom 30.04.2012 (Az.: I-18 U 141/06). Zu den Pflichten des Versicherungsmaklers gehöre unter anderem die Deckungsanalyse, das heißt die Ermittlung der richtigen Versicherungsart und der bedarfsgerechten Versicherungssumme. Er hat dabei den individuellen, für das Objekt passenden Versicherungsschutz zu besorgen, wobei er das zu versichernde Risiko von sich aus untersuchen und das Objekt prüfen müsse.

Beauftragt der Versicherungsnehmer den Versicherungsmakler mit der Beschaffung einer Versicherung für den Umbau eines Bauwerkes, so ist davon auszugehen, dass der Versicherungsnehmer eine Beratung wünsche, wie die Umbaumaßnahme durch Versicherungen bestmöglich abgesichert werden können. Dies schließt die Verpflichtung des Versicherungsmaklers ein, die bestehende Vorversicherung zu überprüfen, ob diese das Risiko im Falle einer Zerstörung vollständig abdeckt. Kann der Versicherungsmakler diese Überprüfung nicht vornehmen, so ist er gehalten, einen Baufachmann zur Überprüfung hinzuzuziehen.

## BGH-Urteil zu Betreuungspflichten

Ob den Versicherungsmakler darüber hinausgehende Pflichten – etwa die Pflicht zur weiteren Betreuung des vermittelten Vertrages oder die Betreuung von übertragenen Verträgen – treffen können, ist der Entscheidung des BGH vom 14.01.2016 zu entnehmen. Darin erweitert er die im Sachwalterurteil genannten Pflichten des Maklers um die Betreuungspflichten. Demnach gehöre es (auch) zu den Aufgaben des Versicherungsmaklers gegenüber dem Versicherungsnehmer, den Vertrag nach Abschluss weiter zu betreiben, in-

dem er ihn ungefragt auf etwaigen Anpassungsbedarf sowie Verlängerungen hin überprüfe und den Versicherungsnehmer rechtzeitig darauf hinweise.

Der BGH stellt damit klar, dass die Pflichten des Versicherungsmaklers nicht mit der Vermittlung des Versicherungsvertrages enden. Das zeigt sich auch und gerade in der Pflicht des Versicherungsmaklers im Schadenfall. Hierzu führt der BGH aus, dass der Makler im Schadenfall die Verpflichtung habe, den Versicherungsnehmer sachkundig zu beraten, für sachgerechte Schadenanzeigen zu sorgen und bei der Abwicklung die Interessen des Versicherungsnehmers wahrzunehmen. Keine Verpflichtung trifft den Makler dagegen bei der Schadenregulierung für den Versicherer. Diese Tätigkeit gehöre nicht zum gesetzlichen Leitbild des Versicherungsmaklers und stelle somit auch keine zulässige Nebenleistung im Sinne des § 5 RDG dar.

## OLG Frankfurt zum Tätigwerden

Ein auf den ersten Blick gegensätzliches Urteil vertritt das OLG Frankfurt a. Main in seiner Entscheidung vom 08.06.2016. Es besagt, dass den Makler keine Pflicht zum ungefragten Tätigwerden treffe. Bei genauerer Betrachtung bestätigt aber das OLG die Auffassung

des BGH: Den Versicherungsmakler träfen erheblich weiter gehende Pflichten als den bloßen Versicherungsvertreter. So sei er auch nach Vertragsschluss zu ständiger und unaufgeforderter Betreuung des Versicherungsvertrages verpflichtet. Denn der Versicherungsmakler sei Interessenvertreter des Versicherungsnehmers und daher zu einer umfassenden Betreuung aller Versicherungsinteressen seines Kunden und zu einer entsprechenden Beratung in Bezug auf den von ihm vermittelten Versicherungsvertrag verpflichtet. So solle er auch abgeschlossene Verträge auf erforderliche Anpassungen hin beobachten, die vereinbarte Versicherungssumme auf ihre Angemessenheit hin überprüfen und gegebenenfalls auf Änderungen des Versicherungsschutzes drängen.

### Informationspflicht des Versicherungsnehmers

Obwohl das Gericht eine Betreuungspflicht also grundsätzlich angenommen hat, wollte es im konkreten Fall keine Pflichtverletzung aus Nicht-Tätigwerden erkennen. Es versucht zu differenzieren: Ergeben sich die Veränderungen aus der Sphäre des Versicherungsnehmers, etwa durch Neuanschaffungen, Werterhöhung oder neue Gefahrenpotenziale, so könne der Makler nur auf Initiative des Kunden tätig werden. Dem Versicherungsnehmer obliegt also die Pflicht, den Makler über Veränderungen zu informieren, damit dieser tätig werden muss.

### Wann müssen Makler tätig werden?

Demgegenüber sei der Versicherungsmakler, so das Gericht, bei allen außerhalb der Sphäre des Versicherungsnehmers liegenden Veränderungen, etwa Änderung der Rechtslage oder Änderung der Geschäftslage in vergleichbaren Branchen, verpflichtet, von sich aus tätig werden. Nach Auffassung des Gerichts komme eine andere Differenzierung nicht in Betracht und sei auch aufgrund der bisher zu Pflichtverletzungen ergangenen Entscheidungen nicht veranlasst, da es sich entweder um eine Pflichtverletzung des Versicherungsmaklers bei der Anbahnung des Versicherungsvertrages gehandelt habe oder aber um eine

Pflichtverletzung, bei der der Versicherungsmakler konkreten Anlass gehabt habe, den Versicherungsnehmer auf bestimmte Versäumnisse hinzuweisen.

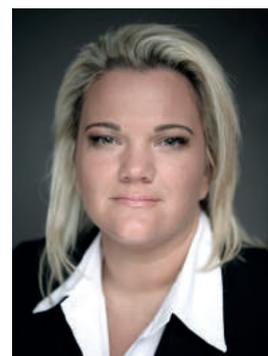
### Pflichten bei Betreuungsübernahme noch uneindeutig

Ob man allerdings – wie vorliegend das Gericht – die Betreuungsübernahme nicht als konkreten Anlass für eine Überprüfung betrachten muss, bleibt abzuwarten. Gerade bei einer Betreuungsübernahme dürfte im Hinblick auf den etwaigen Anpassungsbedarf genug Anlass gegeben sein, tätig zu werden. In jedem Fall wird man in der Betreuungsübernahme einen konkreten Anlass sehen müssen, wenn der Versicherungsnehmer auch um Überprüfung des Versicherungsschutzes bittet oder äußert, sich nicht sicher zu sein, ob der Versicherungsschutz ausreicht. Gleiches gilt, wenn grundlegende Risiken offensichtlich nicht oder nicht ausreichend abgesichert sind. Der Versicherungsmakler wird zur Vermeidung von Risiken gut daran tun, individuell die Pflichten zu prüfen. Gleiches gilt für die Frage, ob ein Jahresgespräch notwendig ist oder nicht. Wenngleich das OLG Frankfurt hier von keiner Verpflichtung des Maklers ausgeht, bleibt abzuwarten, ob dies Bestand haben wird.

Gerade bei einer Betreuungsübernahme dürfte im Hinblick auf den etwaigen Anpassungsbedarf genug Anlass gegeben sein, tätig zu werden.

### Vorsicht bei Ausschluss von Pflichten im Maklervertrag

Aufgrund der weitgehenden Verpflichtungen wird der Makler stets bemüht sein, diese durch einen Maklervertrag einzuschränken oder ganz auszuschließen, um seine Haftung zu begrenzen. Vor dem Hintergrund, dass Maklerverträge in der Regel als allgemeine Geschäftsbedingungen zu qualifizieren sind, ist allerdings Vorsicht geboten. Die Wirksamkeit der jeweiligen Regelungen bemisst sich an den §§ 305 ff. BGB. Benachteiligt eine Regelung des Vertragspartners unangemessen, so ist sie unwirksam. ■



Von Michaela Ferling, Ferling Rechtsanwälte



# Immer mehr Interessenten für Maklerbestände

Am Markt für Maklerbestände scheint sich sehr viel zu bewegen. Immer mehr Marktteilnehmer entdecken diesen Markt für sich. Dennoch gelingt es anscheinend vielen Maklern nicht, ihre Nachfolge rechtzeitig zu regeln und ihren Bestand gewinnbringend zu verkaufen. So treten plötzlich auch Pachtmodelle auf den Plan.

## Herr Grimm, muss sich ein Makler um seinen Maklerbestand sorgen, wenn er ihn in den nächsten Jahren verkaufen will?

Die Sorge ist in den meisten Fällen unbegründet. Zumindest dann, wenn sich der Makler einigermaßen gründlich auf den Verkauf vorbereitet, sich nicht verrückt machen lässt und sich ein wenig damit beschäftigt, welchen Preis er tatsächlich erzielen kann. Allerdings sollte er sich darauf einrichten, dass es den klassischen Nachfolger eher selten geben wird. Ein bisschen Flexibilität kann in der Nachfolgeplanung helfen.

## Wenn es den klassischen Nachfolger kaum mehr gibt, wer kauft denn dann Maklerbestände?

Um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen: Natürlich gibt es auch echte Nachfolger – allerdings sind sie schwieriger zu finden und der Prozess dauert deutlich länger. Es gibt einfach immer weniger Kandidaten, die neben der fachlichen Qualifikation auch das notwendige „Unternehmer-Gen“ und ausreichende Finanzmittel mitbringen.

Immer häufiger treffen wir auf große, kapitalstarke Firmen die im großen Stil Bestände aufnehmen wollen. Die Besitzer sind unter anderem Versicherungen, Medienkonzerne, Maklerpools oder private Investoren. Aber auch mittelständische Makler und jüngere Makler mit kleineren Beständen haben diesen Markt für sich entdeckt und versuchen Bestände zu erwerben. Im Schnitt registrieren sich pro Tag ein bis drei Kaufinteressenten in unserer Nachfolger- und Investorendatenbank. Die Nachfrage zieht immer noch deutlich an.

## Eigentlich doch eine tolle Situation für Verkäufer ...

Richtig. Wir haben einen absoluten Verkäufermarkt. Eigentlich. Denn die meisten Verkäufer handeln, als wären sie in einem

Käufermarkt. Folglich verschenken sie ihre Bestände regelrecht zu Minimalpreisen und akzeptieren nachteilige Vertragsklauseln. Oder sie übergeben ihren Bestand an Bestandsbetreuer gegen eine viel zu geringe Umsatzbeteiligung – und meist ohne wirksame Absicherung und Ausgleich für nachteilige steuerliche Regelungen. Andere lassen ihren Bestand einfach auslaufen. Eine riskante Strategie. Aber auch auf diese Gruppe spezialisieren sich bereits einige geschäftstüchtige Investoren mit Service- oder Pachtmodellen.

## Wie funktioniert denn das „Auslaufenlassen“ über Pachtmodelle?

Die meisten hören sich auf den ersten Blick recht interessant an – auch die Namen sind meist kreativ gewählt, beispielsweise „Versorgungswerk“ oder „Parkplatz“. Der Verpächter bleibt Eigentümer, parkt aber den Bestand bei einem Pächter und erhält dafür eine Vergütung. Irgendwann kann der Verpächter seinen Bestand zurückfordern oder zu einem definierten Preismodell dem Pächter überlassen.

## Was halten Sie von einer Bestandspacht?

Es gibt Ausnahmesituationen, da kann die Bestandspacht passen. Die uns bekannten Modelle sind viel zu einseitig konstruiert. Die Vergütung des Verpächters ist deutlich zu gering. Teilweise werden sogar zusätzliche Gebühren verlangt. Die Verpflichtung des Pächters zur aktiven Bestandssicherung ist zu unkonkret oder nicht vorhanden, eine Umdeckung des Bestands oder Bestandsabbau nicht wirksam sanktioniert. Der spätere Kaufpreis viel zu gering. Wer seinen Bestand ertragreich verkaufen will, sollte andere Alternativen wählen. ■



### Nachgefragt bei Andreas Grimm

Der Bestandsmarktplatz ist eine gemeinsame Initiative von AssCompact und dem Resultate Institut. Resultate-Gründer Andreas Grimm beleuchtet an dieser Stelle regelmäßig Aspekte zur Nachfolgeplanung.

»» [www.bestandsmarktplatz.de](http://www.bestandsmarktplatz.de), Kontakt per E-Mail: [info@bestandsmarktplatz.de](mailto:info@bestandsmarktplatz.de)  
Die Erstberatung bis zu 45 Minuten ist für interessierte Bestandsverkäufer frei.

# J O B S

## Neu im AssCompact Online-Stellenmarkt

» 13.12.2017

### Maklerbetreuer/in

Multi-Invest Sachwerte GmbH  
Eschborn

» 30.11.2017

### Finanzkanzlei | Honorarberater und Unternehmensentwickler sucht Geschäftspartner

MICHAELIS Finanzkanzlei  
Traunstein

» 24.11.2017

### Versicherung – Senior Underwriter als Leitung Sach (m/w), in Norddeutschland für das deutsche Firmen- und Industriegeschäft

Jan Hauke Krüger | Headhunter  
Hamburg

» 24.11.2017

### Versicherung – Assistenz Underwriting (m/w) im Großraum Düsseldorf für das spartenübergreifende Firmengeschäft

Jan Hauke Krüger | Headhunter  
Hamburg

» 22.11.2017

### Kauffrau / Kaufmann für Versicherungen und Finanzen für den Innen-/Außendienst

1918 Hilsenbeck Versicherungsmanagement  
Willich

» 17.11.2017

### Schadenerfassung – erfahrene Ingenieure (m/w) gesucht, bundesweit

Jan Hauke Krüger | Headhunter  
Hamburg

Nähere Infos unter: [asscompact.de/stellenmarkt](http://asscompact.de/stellenmarkt)

# AssCompact

## STELLENMARKT

## Maklerbetreuer/in – mit Sitz in Eschborn und im Außendienst

### Wir bieten Ihnen:

- eine interessante und anspruchsvolle Tätigkeit im Innen- und Außendienst
- ein der Leistung entsprechendes Fixgehalt mit variablen Anteilen
- einen Dienstwagen, der auch privat genutzt werden darf

**MULTI**  
**INVEST**  
Sachwerte GmbH

Ginnheimer Str. 4  
65760 Eschborn  
Tel. +49 (0) 6196 99889-0

Wir haben Ihr Interesse geweckt? Ihre aussagekräftige Bewerbung senden Sie bitte an [info@multi-invest-ffm.com](mailto:info@multi-invest-ffm.com).

Dr. Adams & Associates

### Maklerbestände und Maklerunternehmen gesucht

für bundesweit vorgemerkte bonitätsstarke Kaufinteressenten. Bei absoluter Diskretion und Vertraulichkeit sind wir spezialisiert auf:

- die Vermittlung von Versicherungs- und Investmentbeständen
- die Nachfolgeregelungen für etablierte Versicherungsmaklerunternehmen
- die Finanzierung von Bestands- und Unternehmenskäufen

Dr. Adams & Associates GmbH & Co KG · [www.AuP-International.com](http://www.AuP-International.com) · Tel. +49 (0) 6196 - 400 108

## Verlag & Herausgeber:

bbg Betriebsberatungs GmbH  
Postfach 10 02 52  
95402 Bayreuth

Tel. 0921 757580  
Fax 0921 7575820  
E-Mail [info@bbg-gruppe.de](mailto:info@bbg-gruppe.de), [info@asscompact.de](mailto:info@asscompact.de)  
Web [www.bbg-gruppe.de](http://www.bbg-gruppe.de), [www.asscompact.de](http://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](http://www.asscompact.de)

Pressemitteilungen an: [redaktion@asscompact.de](mailto: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](mailto: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](mailto:westermann_druck@westermann.de)

Bilder: [www.fotolia.com](http://www.fotolia.com)

## Ausgabe 01/2018

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

### Dr. Dr. Michael Fauser

ERGO Lebensversicherung AG  
Überseering 45  
22297 Hamburg  
Tel. 0800 3746000  
[www.ergo.de](http://www.ergo.de)

[kontakt@ergo.de](mailto:kontakt@ergo.de)

### Hans-Peter Klebe

Generali Versicherung AG  
Adenauer Ring 7  
81737 München  
Tel. 089 51210  
[www.generali.de](http://www.generali.de)

[service.de@generali.de](mailto:service.de@generali.de)

## Dr. Rainer Reitzler

Münchener Verein Versicherungsgruppe  
Pettenkoflerstraße 19  
80336 München  
Tel. 089 51521000  
[www.muenchener-verein.de](http://www.muenchener-verein.de) [info@muenchener-verein.de](mailto:info@muenchener-verein.de)

## Dr. Angelo O. Rohlf

VHV Allgemeine Versicherung AG  
VHV-Platz 1  
30177 Hannover  
Tel. 0511 9070  
[www.vhv.de](http://www.vhv.de) [info@vhv.de](mailto:info@vhv.de)

## Daniel Schmalley

Barmenia Versicherungsgruppe  
Barmenia-Allee 1  
42119 Wuppertal  
Tel. 0202 43800  
[www.barmenia.de](http://www.barmenia.de) [info@barmenia.de](mailto:info@barmenia.de)

## Pirmin Seßler

die Bayerische Versicherungsgruppe  
Thomas-Dehler-Straße 25  
81737 München  
Tel. 089 67870  
[www.diebayerische.de](http://www.diebayerische.de) [info@diebayerische.de](mailto:info@diebayerische.de)

## Sonderthema Arbeitskraftsicherung & Existenzschutz

### Amar Banerjee

Swiss Life AG  
Niederlassung für Deutschland  
Zeppelinstraße 1  
85748 Garching bei München  
Tel. 089 381090  
[www.swisslife.de](http://www.swisslife.de) [info@swisslife.de](mailto:info@swisslife.de)

### Michael Franke

Franke und Bornberg GmbH  
Prinzenstraße 16  
30159 Hannover  
Tel. 0511 35771700  
[www.franke-bornberg.de](http://www.franke-bornberg.de) [info@franke-bornberg.de](mailto:info@franke-bornberg.de)

### Kristina Janssen

Dortmunder Lebensversicherung AG  
Südwall 37-41  
44137 Dortmund  
Tel. 0231 229500  
[www.die-dortmunder.de](http://www.die-dortmunder.de) [info@die-dortmunder.de](mailto:info@die-dortmunder.de)

### Dipl.-Ing. Claudia Nistor

SOCIALSOLVENT GmbH  
Marienstraße 32  
30171 Hannover  
Tel. 0511 85030473  
[www.socialsolvent.de](http://www.socialsolvent.de) [kontakt@socialsolvent.de](mailto:kontakt@socialsolvent.de)

### Kathrin Pagel

Kanzlei Michaelis  
Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft  
Glockengießerwall 2  
20095 Hamburg  
Tel. 040 88888777  
[www.kanzlei-michaelis.de](http://www.kanzlei-michaelis.de) [info@kanzlei-michaelis.de](mailto:info@kanzlei-michaelis.de)

### Markus Unterkofler

Swiss Re Europe S.A.  
Niederlassung Deutschland  
Arabellastraße 30  
81925 München  
Tel. 089 38441200  
[www.swissre.com](http://www.swissre.com) [claudia\\_glueck@swissre.com](mailto:claudia_glueck@swissre.com)

## Investment

### Simon Brunke

Exporo AG  
Am Sandtorkai 70  
20457 Hamburg  
Tel. 040 21091730  
[www.exporo.de](http://www.exporo.de) [info@exporo.de](mailto:info@exporo.de)

## Wolfgang Dippold

Ottmar Heinen  
Markus Schürmann  
PROJECT Beteiligungen AG  
Kirschackerstraße 25  
96052 Bamberg  
Tel. 0951 917900  
[www.project-investment.de](http://www.project-investment.de) [info@project-investment.de](mailto:info@project-investment.de)

## Julius Leineweber

Premium Gold Deutschland GmbH  
Industriestraße 31a  
63150 Heusenstamm  
Tel. 06104 802960  
[www.premium-gold-deutschland.de](http://www.premium-gold-deutschland.de) [info@pgd.ag](mailto:info@pgd.ag)

## Marcus Severin

BlackRock Investment Management (UK) Limited  
German Branch  
Bockenheimer Landstraße 2-4  
60306 Frankfurt am Main  
Tel. 069 505003199  
[www.blackrock.com/de](http://www.blackrock.com/de) [germany@blackrock.com](mailto:germany@blackrock.com)

## Michael Wallmeyer

DIGNUS Financial Advisor e. K.  
Wiesenberg 13  
61381 Friedrichsdorf  
Tel. 06175 3056  
[www.dignus-fa.de](http://www.dignus-fa.de) [info@dignus-fa.de](mailto:info@dignus-fa.de)

## Management & Vertrieb

### Karsten Allesch

DEMV Deutscher Maklerverband GmbH  
Hermannstraße 10  
20095 Hamburg  
Tel. 040 46093299  
[www.demv.de](http://www.demv.de) [info@demv.de](mailto:info@demv.de)

### Roland M. Löscher

LÖSCHER – Coaching | Consulting  
Zum Alpenblick 6  
88677 Markdorf  
Tel. 07544 742694  
[www.loescher-cc.com](http://www.loescher-cc.com) [info@loescher-cc.com](mailto:info@loescher-cc.com)

### Steffen Ritter

Institut für Versicherungsvertrieb  
Markt 5  
06526 Sangershausen  
Tel. 03464 2797730  
[www.ivv-beratung.de](http://www.ivv-beratung.de) [info@ivv-beratung.de](mailto:info@ivv-beratung.de)

### Hans-Ludger Sandkühler

SANDKÜHLER SCHIRMER Rechtsanwälte  
Hellweg 8  
44787 Bochum  
Tel. 0234 520060350  
[www.sandkuehler-schirmer.de](http://www.sandkuehler-schirmer.de) [info@sandkuehler-schirmer.de](mailto:info@sandkuehler-schirmer.de)

### Hans Steup

Rahel-Varnhagen-Promenade 4  
10969 Berlin  
Tel. 0176 47049705  
[www.steup.net](http://www.steup.net) [hans.steup@gmail.com](mailto:hans.steup@gmail.com)

## Steuern & Recht

### Michaela Ferling

FERLING RECHTSANWÄLTE  
Landsberger Straße 302  
80687 München  
Tel. 089 20204510  
[www.ferling-rechtsanwaelte.de](http://www.ferling-rechtsanwaelte.de) [office@vuv-recht.de](mailto:office@vuv-recht.de)

### Andreas W. Grimm

Resultate Institut für Unternehmensanalysen  
und Bewertungsverfahren GmbH  
Landwehrstraße 61  
80336 München  
Tel. 089 943964 001  
[www.resultate-institut.de](http://www.resultate-institut.de) [andreas.grimm@resultate-institut.de](mailto:andreas.grimm@resultate-institut.de)

### Dr. Michael Wurdack

Anwaltskanzlei Küstner, v. Manteuffel & Wurdack  
Herzberger Landstraße 48  
37085 Göttingen  
Tel. 0551 499960  
[www.vertriebsrecht.de](http://www.vertriebsrecht.de) [kanzlei@vertriebsrecht.de](mailto:kanzlei@vertriebsrecht.de)

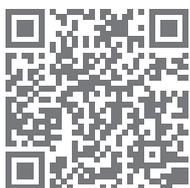
# Immer dabei: Die AssCompact als App



## 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



# VORBEZIEHEN, WENN ANDERE AUSFALLEN!

Vertrauen Sie den leistungsstarken  
i-CPPI Riester- und fondsgebundenen  
Produkten der WWK.

- fondsgebundene Riester-Rente der nächsten Generation
- kurze Mindestlaufzeit und maximale Anlagechancen am Kapitalmarkt
- attraktive Verdienstmöglichkeiten für Ihren Erfolg



**WWK VERSICHERUNGEN** Vertriebsberatung: 089/51 14 20 00 oder [info@wwk.de](mailto:info@wwk.de)

