

Firmenkundengeschäft

Schneller, härter, online

Bild: © V. Yakobchuk/fotolia.com

Der Markt der Firmenversicherungen ist längst kein Eldorado mehr. Immer stärkerer Kostendruck der Unternehmen, immer noch weiche Prämien, immer aggressivere Provisionsdiskussion und immer bessere Vergleichbarkeit der Produkte heizen den Wettbewerb an. Einziger Lichtblick für Versicherungsmakler: Aus der Ausschließlichkeit können Kunden gewonnen werden.

Attraktiv ist die Lage des Büros der KPA Kurek & Partner Assekuranz-Makler GmbH mitten in Düsseldorf. Freiberufler und Kaufleute aller Couleur arbeiten in der Umgebung. Doch längst wird ein zweites Aushängeschild für Versicherungsvermittler immer wichtiger: die virtuelle Lage des Unternehmens. „Wir bekommen immer mehr Online-Laufkundschaft rein“, sagt Peter Kurek verschmitzt. Mit 30 Jahren Berufserfahrung kann der Makler, der derzeit vier Mitarbeiter hat, vor allem klassische Vertriebsverfahren auf die Waage legen. Sein Schwerpunkt sind Gewerbekunden. Und doch beherrscht der traditionelle Firmenmakler ohne Probleme den schwierigen Spagat zwischen Tradition und Moderne. Vielfach „sieht“ er seine Online-Kunden erst, wenn schon die fertige Police auf dem Tisch liegt. Der Grund: Die Gewerbetreibenden oder Handwerker gehen einfach über den Gewerberechner des Maklerpools Blau direkt, den Kurek auf seiner Homepage eingebunden hat, und schließen dort online ab.

Firmenpolicen online von der Stange

Möglich sind gewerbliche Vergleiche für Pkw, Lkw, Betriebshaftpflicht, Firmenrechtsschutz, Gewerbeinventar, Veranstaltungshaftpflicht und Elektronikversicherung. Je nach Sparte wird laut Blau direkt zwischen 25 und 40 Prozent des Marktes verglichen. Der große Hemmschuh sind die hohen Kosten bei der Integration von Gewerbetarifen. Immerhin

gibt es rund 400 Branchen. „Zudem scheuen sich diverse Versicherer vor einem Vergleich ihrer Gewerbeangebote“, sagt Blau direkt-Geschäftsführer Oliver Pradetto. Insgesamt entstehe aber schon ein ordentlicher Überblick. Durchschnittlich erhalte der Kunde zehn bis 15 Angebote von sieben bis acht Versicherern. „Manchmal gibt es noch ein paar Vorabfragen per E-Mail“, so Makler Kurek. Aber viele seien schon gut vorinformiert. Ähnlich komfortabel funktioniert der Gewerberechner des Assekuradeurs Domcura aus Kiel. „Hier können Versicherungsmakler innerhalb von fünf Minuten einen Vergleich rechnen“, sagt Wolfgang Kallmeier von Domcura. Der Rechner ist ausgelegt für eine Inhaltssumme von bis zu 500.000 Euro. Acht große Gesellschaften werden derzeit verglichen, die besten drei Ergebnisse dem Makler angezeigt. Der Trick dabei: Alle Gesellschaften mussten die deutlich verbesserten Bedingungen der Domcura akzeptieren. Zwar kann die Anfrage telefonisch gestellt werden, doch mittlerweile rechnen schon rund 40 Prozent aller Makler selbst. „Derzeit sind wir in Gesprächen mit großen Vertrieben, um den Gewerberechner breiter am Markt zu etablieren“, so Kallmeier. Seit Einführung des Rechners im Jahr 2007 wurden bereits 90.000 Vergleiche abgerufen. Tendenz steigend. Dies zeigt: Auch Gewerbe-geschäft von der Stange ist möglich.

Das A und O: die Position bei Google

Zudem lässt Makler Kurek Internetexperten dafür sorgen, dass das sein Unternehmen immer „schön weit oben bei Google“ auftaucht. Das alles dürfte sich für echte Traditionalisten furchtbar anhören. Noch immer gilt die Gewerbeversicherung als ein Geschäft, das nur mit Augenkontakt

IN KÜRZE

In diesem Artikel lesen Sie:

- Ein scharfer Wettbewerb bestimmt weiterhin das Firmenkundengeschäft.
- Pools und Onlinegeschäft gewinnen Marktanteile.
- Der Druck auf den Provisionsverkauf trifft auch Gewerbetreibende.

und Handschlag abgeschlossen werden kann. „Im Zeitalter von weltweiter Vernetzung spielt natürlich das Internet im Bereich Versicherungen eine immer größere Rolle“, sagt hingegen Alexander Kopf aus Nordheim, Kreis Heilbronn. „Um im Internet gefunden zu werden, gibt es unterschiedliche Spielregeln, die man beachten und einhalten muss und die einen täglich fordern, weil sie sich immer wieder ändern“, erläutert Kopf. Seine Bemühungen sind von Erfolg gekrönt. Denn im Surftest taucht der Makler unter dem Stichwort „Gewerbe versichern“ auf dem Top-Rang „drei“ auf. Wie es genau funktioniert, möchte Kopf, der vor allem Firmenhaftpflichtpolicen vertreibt, nicht verraten.

Das Internet ändert vieles

Wie stark sich die Welt durch das Internet verändert hat, erläutert der Finanz- und Versicherungsmakler Marco Mahling aus Eichstätt. „Den Weg in ein normales Versicherungsbüro wählt doch heutzutage fast keiner mehr.“ Denn dort müsse man persönlich vorstellig werden. Diese Hemmschwelle bestehe im Internet nicht. Mahling: „Viele Kunden werden von sich aus aktiv und fragen dann im Netz verschiedene Portale und Seiten ab.“ Dabei mangelt es längst nicht mehr an Kontakten, sondern das Gegenteil ist der Fall.

Das E-Mail-Controlling ist zur harten Arbeit geworden. Anfrager, die nur Arbeit machen und bei denen keine Chance auf einen Ertrag besteht, müssen aussortiert werden. Seine gewerblichen Anfragen be-



VM-Autor: **Uwe Schmidt-Kasperek**,
freier Journalist, Düsseldorf

KPA Kurek & Partner Assekuranz-Makler GmbH

Betriebshaftpflicht

Ihren Mitarbeiter durch Mitarbeiter oder Dienstleister: Ihre Unternehmens geschädigt werden, ist die Unternehmung zu Schadenersatz verpflichtet. Da die Höhe dieses Ersatzes unbegrenzt ist, können schnell Beträge entstehen, die Ihnen und dem Geschäft die Existenzfähigkeit entziehen können. Eine Betriebshaftpflichtversicherung sollte daher für jeden Betrieb eine der ersten Versicherungen sein.

Angebotsvergleich Betriebshaftpflicht

Ihre Betriebsart:

AGU:

Gesamter Versicherungs:

Haftpflichtversicherung:

Kfz-Haftpflichtversicherung:

Kfz-Haftpflichtversicherung:

USt:

Selbstbeteiligung (maximal):

Personen im Betrieb:

darunter Firmeneinwohner:

Personen auf fremden Grundstücken:

Jährliche Bruttobehalte Ihres Betriebes für alle Beschäftigten: EUR

Jährlicher Gesamtumsatz Ihres Betriebes: EUR

Zahlweise:

KPA Kurek & Partner Assekuranz-Makler GmbH setzt auf Online-Gewerbe-Rechner

arbeitet Mahling mithilfe des Maklerpools Fondsnet aus Erfstadt. Der Serviceanbieter hat für Gewerbekunden Zielgruppenkonzepte entwickelt, die beispielsweise bei Medizinern von der Praxisinhaltsversicherung über die Berufshaftpflicht bis hin zur Altersvorsorge reichen.

Der Einfluss von Pools steigt

Doch die Hitliste bei den Pools in Sachen Firmenversicherung führt Amex aus Müllheim bei Freiburg an, so eine Umfrage der Smartcompagnie GmbH. Ermittelt wurde die Vermittleraktivität durch die Summe der positiven und negativen Nennungen von Pools. Unter dem Strich erzielt Amex mit 18 Prozent Netto-Nennungen das beste Ergebnis. Auf den weiteren Plätzen folgen Fonds Finanz und Invers, die beide rund zehn Prozent erreichen (siehe Tabelle auf Seite 20).

Fast das gleiche Ergebnis erzielen die drei ersten Pools in einer Vermittlerumfrage des „Experten Reports“. Hier erhält lediglich Invers den Rang zwei und Fonds Finanz Rang drei. Wenig Einigkeit gibt es hingegen auf den weiteren Rängen. Während beispielsweise BCA bei der Smart-Untersuchung auf Rang vier liegt, rutscht

der Pool beim Experten Report auf Rang neun. Demgegenüber schneidet hier Maxpool deutlich besser ab.

Wichtig ist den Maklern im gewerblichen Bereich ein schneller Online-Service. Dass beispielsweise der Düsseldorfer Makler Kurek mit Blau direkt zufrieden ist, zeigt sich schon daran, dass selbst Kunden, die klassisch gewonnen wurden, immer häufiger über den Online Service poliziert werden. „Wenn es ein Standardunternehmen ist, dann ist es einfach unnötig, sich 16 Gesellschaften anzuschauen“, so Kurek. Dann lasse sich das Unternehmen viel besser, schneller und sicherer über den Pool absichern. Immerhin werde das Protokoll gleich mitgeliefert. Heute sollte es eine Selbstverständlichkeit sein, dass Kunden im geschützten Bereich ihre Verträge einsehen dürfen und es möglich ist, online Schäden anzumelden.

Große und Kleine friedlich in einem Teich?

Wie man Kunden online regelmäßig auf die „richtige“ Seite bringt, dürfte die neue zentrale Vertriebsleistung von Industrie- und Versicherungsmaklern sein. „Noch hinkt die Online-Entwicklung im Gewerbebereich der privaten hinterher“, sagt Robert Bauer von Maxpool. Doch alle sind sich sicher: Das bleibt nicht so. 2012 will beispielsweise Fonds Finanz den Bereich gewerbliche Sachversicherungen weiter ausbauen. Viel weiter ist hier schon Amex. „Wir bieten unseren Vermittlern Top-Bedingungswerke und günstige Prämien an, die für bestimmte Zielgruppen entwickelt wurden“, erläutert Vorstand Boris Beermann. Über eine Ausschreibungsplattform kann zudem ein Angebotservice genutzt werden. Vorteil: „Ihn kann sogar ein Nichtfachmann im Gewerbe- und Firmenbereich nutzen, ohne dass Haftungsfallen entstehen“, so Beermann. Die Konkurrenzsituation sieht der Poolchef derzeit noch ganz gelassen. „Ich glaube nicht, dass im Gewerbe- und Firmenbereich die Großen die Kleinen fressen.“ Es gebe zwar einige Vorstöße der Großen, sich im Gewerbe- und Firmenbe-

reich zu platzieren. Als Beispiel nennt Beermann das Ausschreibungsportal „Marsh4Broker“. Doch die Großen hätten in der Regel nur ein Interesse an Kunden mit einer Versicherungsprämie von 50.000 Euro aufwärts. „Sie sind zudem technisch und personell gar nicht auf die Kleinkunden eingestellt“, glaubt Beermann. Immerhin kooperiert Marsh bei seinem Gewerbeportal schon seit Ende 2010 mit Maxpool. Dieses kann nun von über 6.500 Maklern genutzt werden. Geboten werden ihnen eine regelmäßige Ausschreibung von 20 und mehr Versicherern und eine Quotierung von bis zu acht „erstklassigen Versicherern“. Die Vertriebsprovision von 20 Prozent der Prämie wird voll weitergegeben und Makler Marsh für seine Administration vom Versicherer bezahlt. „Insgesamt sind wir mit der Entwicklung des Portals sehr zufrieden und sehen weiterhin großes Potenzial in diesem Geschäftsmodell“, sagt Marsh-Geschäftsführer Oliver Dobner. Detaillierte Angaben zu der Anzahl der vermittelten Policen bleibt er aber schuldig.

Wachsende Gewinne aus der Ausschließlichkeit

Trotzdem scheint die Zeit des Online-Abschlusses für Gewerbekunden nun reif zu sein. Immerhin gingen Mitte des Jahres 2011 mit „Inex24“ und „Brokingx“ gleich zwei neue Ausschreibungsplattformen an den Start. Während Inex24 auf Industriekunden ausgerichtet ist, will Brokingx den Gewerbeversicherungsmarkt aufmischen. Versicherungsmakler können Risiken einstellen und Angebote von Versicherern anfordern. Für kleinere Versicherer und Makler würden sich hier ganz neue Marktzugänge eröffnen, heißt es bei Brokingx. Zudem sollen Fragebogen und Prozesse so einfach sein, dass für Makler hohe Zeitvorteile entstehen. Die Makler zahlen pro Ausschreibung bis zu drei Prozent Prämie – auch wenn es nicht zu einem Abschluss kommt.

Nun soll es bald eine weitere Ausschreibungsplattform für Gewerberisiken geben. „Auf ihr sollen sich Makler und

Home | Login | Kontakt | Support | Impressum | Datenschutz | Sitemap | Suche

maxpool

Der unabhängige innovative Maklerpool.

Produkte | **Veranstaltungen** | Partner

Über maxpool

Produkte

- Bankprodukte
- Bausparen
- Baufinanzierung
- Geschlossene Fonds
- Investment
- Kfz
- Krankenversicherung
- Rechtsschutz
- LV/BU-Versicherung
- Sach-Gewerbe
 - Bürokonzept
 - Sach-Privat
 - Produktpräsentation



Sach-Gewerbe

Ein Unternehmen aufzubauen, kostet nicht nur viel Geld, Zeit und Herzblut, sondern sichert dem Unternehmer, seiner Familie und seinen Angestellten auch die Existenz. Die Absicherung von Gewerbe-Risiken ist deshalb ein wichtiger Baustein im betrieblichen Rundumschutz.

Daher ermöglichen wir Ihnen über unseren Kooperationspartner, den weltweit führenden Industrieversicherungsmakler Marsh, den Zugriff auf eine hinreichende Anzahl von Anbietern gewerblicher Versicherungen, mit denen aufgrund der Platzierungsstärke von Marsh Großhandelskonditionen bestehen.

Das auf Gewerbe- und Spezialprodukte ausgerichtete Online-Portal **marsh4broker** wurde auf die Bedürfnisse unabhängiger Makler und Vermittler zugeschnitten. Besonders komfortabel ist das GewerbeCenter: Mit nur einem Risikofragebogen erhalten Sie für Ihre Kunden VVG-konforme Angebote von bis zu fünf erstklassigen Versicherern. So können Sie Haftungsrisiken reduzieren und Ihren Kunden die passende Gewerbeversicherung empfehlen.

Gewerbeversicherung:
Maxpool verweist
auf seinen Kooperations-
partner
Marsh4broker.

Versicherer treffen“, heißt es beim Initiator, der BCA, einem der größten Maklerpools in Deutschland.

Wenn immer mehr um den gleichen Markt buhlen, wird es auf Dauer aber eng. Immerhin zeigt das Geschäftsmodell des kleinen Service-Anbieters vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH aus Pegnitz exemplarisch, dass immer mehr Firmenkunden aus der Ausschließlichkeit (AO) zu einem Makler oder Mehrfachagenten wechseln. vfm hilft Einfirmenvermittlern beim Schritt in die Unabhängigkeit. Dabei setzte das Unternehmen 2011 neue Prioritäten. Das eigene Firmentool wurde massiv erweitert und optimiert. Im Komposit-Neugeschäft liegt nun der Anteil von Firmenkunden bei rund 40 Prozent. „Bei jedem zweiten neuen Makler kommt es zu einer Umdeckung der Bestände“, sagt vfm-Geschäftsführer Klaus Liebig. In den vergangenen zwei Jahren wurden so zehn Bestände zu mehr als zwei Dritteln umgedeckt.

Auch Amex-Chef Beermann bestätigt: „Generell kann man beobachten, dass die Makler im Gewerbe- und Firmengeschäft wachsen und die Ausschließlichkeit schrumpft.“ So sehen es ebenfalls Marktbeobachter. Mittlerweile sind Versicherungsmakler der stärkste Vertriebskanal bei kleinen und mittleren Unternehmens-

kunden mit bis zu 100 Mitarbeitern. Sie haben die AO hier schon ausgestochen, wie die Studie „Gewerbekundenmonitor Assekuranz“ des Kölner Marktforschungsinstituts You Gov ergab. Hierzu wurden rund 1.800 Versicherungsentscheider aus den Unternehmen befragt. Bei Neuabschlüssen haben die Makler mit 45 Prozent erstmals die Einfirmenvermittler überholt. Auf die AO entfallen nur noch 41 Prozent.

Damit setzt sich der Trend der vergangenen Jahre fort. Deutlich wird aber, dass der Direktabschluss im Firmengeschäft noch eine untergeordnete Rolle spielt. Nur drei Prozent der Verträge kamen telefonisch oder über das Internet zustande.

Vergleichen durchs Internet leicht gemacht

Wie die Verhältnisse derzeit liegen, zeigen die Zahlen von Blau direkt. So wurde über deren Gewerberechner 2010 insgesamt 1,5 Millionen Mal eine Gewerbepolice verglichen; 2011 waren es 2,2 Millionen Berechnungen. Demgegenüber liegen die Berechnungen im privaten Bereich bei über 23 Millionen. Doch weder diese Zahlen noch die Psychonomics-Studie erfassen, wie viele Firmenverantwortliche sich

über das Netz informiert haben, bevor sie klassisch auf einen Vermittler zugegangen sind. Teilweise schaffen es kleine Online-Makler sogar, Firmenkunden ohne Hilfe von Pools oder Ausschreibungen zu gewinnen. So hat beispielsweise Stephan Brückner von der SAW-Assekuranz die Flottenversicherung als Marktnische entdeckt. Allein über das Suchwort „Flottenversicherung“ hat es der reine Online-Makler geschafft, über 100 Unternehmen mit Flotten als Kunden zu gewinnen. Nicht immer bekommen diese übrigens einen Flottentarif. Brückner nutzt häufig einfach den Privatmarkt und bringt die Fahrzeuge unter. „Oft sind die Geschäftsführer in Bezug auf Alter und Schadenfreiheitsrabatt günstige Kunden“, so Brückner. Die Firmenautos bekommen per Nafi-Rechner einfach einen günstigen Einzelvertrag. Dies zeigt, wie rasant sich die Online-Welt entwickelt.

Markt weiter umkämpft

Für Tradition gibt es immer weniger Platz. Das jährliche Treffen zur Risikoaktualisierung muss sich neuen Anforderungen stellen. So gibt es im Kfz-Rechner von Blau direkt längst einen Button, der es ermöglicht zu prüfen, ob die versicherten Fahrzeuge am Ende des Jahres günstiger um-

DIE BESTEN GEWERBE- VERSICHERER AUS SICHT FREIER VERMITTLER 2011

Rang	Versicherer	Tendenz gegen- über Vorjahr
1	VHV	unverändert
2	Axa	unverändert
3	Generali	unverändert
4	R+V	unverändert
5	Allianz	aufgestiegen
6	Alte Leipziger	abgestiegen
7	Nürnberger	aufgestiegen
8	Auxilia	aufgestiegen
9	HDI-Gerling	aufgestiegen
10	Gothaer	aufgestiegen

Quelle: experten Report 3/2011

© vm-Tabelle

gedeckt werden können. „Das machen die Kunden oft selbst“, sagt Makler Kurek. Sie müssten lediglich eingeben, ob sie im abgelaufenen Jahr einen Schaden gehabt haben. „Das Tool ist eines unserer stärksten Verkaufsargumente“, heißt es bei Blau direkt. Genutzt werde es vor allem von Maklern mit großen Kfz-Beständen, die so gerade zum Jahreswechselfgeschäft sehr viel Arbeitszeit freischaufeln könnten.

Auch 2012 dürfte der Markt des typischen Firmenkundenmaklers stark umkämpft sein. Von „oben“ drängen immer stärker Großmakler wie Aon, Marsh, Willis, Funk-Gruppe, Schunk oder Ecclesia ins Geschäft mit den Mittelständlern. Von „unten“ kommen freie Vermittler, die im privaten Personengeschäft, vor allem in der privaten Krankenversicherung und bei der Altersvorsorge, kaum noch Geschäft machen können. Klassische Rentenpolicen haben nach der Senkung des Höchstrechnungszinses auf 1,75 Prozent ebenso ein Akzeptanzproblem wie Fondspolicen in einer Finanz- und Staatsverschuldungskrise. In der privaten Krankenversicherung müssen Neueinsteiger von hohen Prämien für hohe Leistungen überzeugt werden, nachdem die Versicherer den Billigtarifen abgeschworen haben. Fatal dürfte sich die anhaltende Diskussion über das Provisionssystem auswirken.

Dabei sind die Gewerbemakler gar nicht das Ziel der Reformbemühungen der Europäischen Union und des Verbraucherschutzministeriums. Kritisch sehen Politiker und Verbraucherschützer vor allem den Provisionsverkauf in der Lebens- und Krankenversicherung. Doch die Kritik an der Interessenkollision, weil der Produktgeber den Vermittler bezahlt, reißt nicht ab und beeinflusst auch die Entscheider in den Unternehmen. So stellt der Verband Deutscher Versicherungsmakler (VDVM) einen Trend zur Honorarberatung fest. Im Gegensatz zur Vermittlung an Privatpersonen gibt es bei Firmenkunden schon lange das Wahlrecht zwischen den unterschiedlichen Vergütungsformen.

Die Fesseln des Provisionsabgabeverbots

Zwar würden laut VDVM insgesamt immer noch rund 85 Prozent aller Kunden die Courtage akzeptieren, doch je höher das Prämienvolumen werde, desto häufiger komme es zu Honorarvereinbarungen. „Das ist kein Erdbeben, aber es nimmt graduell zu“, so der ehemalige Präsident des VDVM, Leberecht Funk. Außerdem werden in der Praxis immer häufiger Teile der Provisionen weitergegeben. Dies sei beispielsweise rechtlich möglich, wenn mit dem Versicherer eine Teilnettorisierung vereinbart würde. Der VDVM will aber, dass das Provisionsabgabeverbot abgeschafft wird.

Daher ist ein Urteil, das Versicherungs- und Finanzmakler Uwe Lange von der AVL Finanzdienstleistung aus Weinstadt in erster Instanz gegen die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) erreichte, Wasser auf die Mühlen des Maklerverbandes. Das Verwaltungsgericht Frankfurt am Main kippte Ende Oktober 2011 das Provisionsabgabeverbot (Az.9K105/11.F). Noch ist das Urteil nicht rechtskräftig. „Wir informieren alle Kunden auf Wunsch über die Höhe unserer Provisionen“, erläutert Jochen Körner, Mitglied der Zentralen Geschäftsleitung des Versicherungsmaklers Marsh aus

Frankfurt. Diese Regel hat der VDVM in seinem Kodex festgeschrieben. Aufgrund des Urteils könnte die Nachfrage nach dieser Information bei Firmen künftig steigen.

Ohne ein Provisionsabgabeverbot könnten Makler im Mittelstand flexibler reagieren. Hier sind Honorarvereinbarungen wegen der geringen Prämienhöhe und fehlender Nettotarife oft problematisch. „Bei kleineren Unternehmen wie dem Bäcker wurde das Provisionsabgabeverbot schon in der Vergangenheit vereinzelt von Versicherungsvermittlern umgangen“, sagt Carlos Reiss, Geschäftsführer des mittelständischen Versicherungsmaklers Hoesch & Partner aus Frankfurt. „Dann bekam beispielsweise die Bäckersfrau als Tippgeber einen Teil der Provision.“ Das habe aber Grenzen. „Bei Prämien von 2.000 Euro im Jahr und einer Courtage von rund 400 Euro kann es sich kaum ein Versicherungsmakler leisten, noch etwas abzugeben“, so Reiss. Wer dann rundum, also auch im Schadenfall betreut werden möchte, müsse sich in der Regel einen anderen Makler suchen. Mit anderen Worten: mit schlechterer Beratungsqualität auskommen. „Maklerbetriebe in der Größenordnung von ein bis zehn Mitarbeitern werden auch künftig kaum Honorarberatung durchführen“, glaubt Adelheid Marscheider, Vizepräsidentin des VDVM.

Imageverlust bei bAV

Betriebswirtschaftlich mit guter Basis und damit auch ohne Poolanbindung überlebensfähig sind nach Einschätzung des VDVM in der Regel nur Maklerbetriebe, die ein jährliches Courtageeinkommen je Vollzeitmitarbeiter von 80.000 bis 100.000 Euro erzielen. Das dürfte gerade 2012 für viele Betriebe schwer werden. So meldet You Gov im aktuellen Maklerabsatzbarometer für Firmenkunden einen Einbruch des Geschäfts. Der Index sank im dritten Quartal 2011 von 32 auf einen Wert von 24. Im Vergleichszeitraum des Jahres 2011 lag er noch bei 27 Punkten. Daher erwartet weniger als die Hälfte der

freien Vermittler (46 Prozent) 2012 wachsendes Geschäft, im Vorjahr waren es noch 51 Prozent.

Und die Zahl der absoluten Skeptiker ist um zwei Prozentpunkte gestiegen: Mittlerweile rechnen zehn Prozent für das Jahr 2012 mit abnehmenden Geschäften. Ein Grund dürfte der erhebliche Image-Schaden sein, den die Vertriebsaffären rund um die Ergo-Tochter HMI 2011 ausgelöst haben.

Betroffen ist mit der betrieblichen Altersversorgung (bAV) direkt der Firmenbereich. Die Verantwortlichen in den Betrieben dürften sich künftig einem deutlich stärkeren Rechtsfertigungsdruck ausgesetzt sehen. Bei 285 von insgesamt über 40.000 Verträgen hatte Ergo gepatzt. Die Kollektivgröße stimmt in diesen Fällen nicht. Sprich: Es wären höhere Nachlässe aufgrund der Zahl der versicherten Mitarbeiter möglich gewesen. Noch problematischer ist aber, dass Ergo für drei solcher Fälle zugeben musste, dass gleichzeitig eine Provision an Entscheidungsträger gezahlt wurde. Hier soll nun die strafrechtliche Relevanz geprüft werden. Zwar sieht sich die Ergo – angesichts der kleinen Zahl der Fälle – als weitgehend entlastet an, doch bei vielen Unternehmen dürfte schon aus Compliance-Gesichtspunkten die Alarmsirenen läuten. Streng genommen müsste jeder Verantwortliche schon aus Eigenschutz eine Überprüfung der bestehenden Betriebsrentenverträge anstoßen – egal, welches Versicherungsunternehmen im Hintergrund steht. Das dürfte dem Bundesverband der Rechtsberater für betriebliche Altersversorgung und Zeitwertkonten (BRBZ) weiteren Auftrieb geben.

Konfliktherd bAV-Beratung

Der Verband hatte in den letzten Jahren eine juristische Jagd vor allem auf Versicherungsmakler gemacht, die nach seiner Einschätzung bAV gar nicht beraten dürfen. Anfang November machte der BRBZ auf einem Kongress in Köln noch einmal klar, dass Versicherungsmakler sich auf haftungsgefährlichem Boden bewegen.

Lösbar ist der Konflikt laut BRBZ aber, wenn mit den „richtigen“ Institutionen kooperiert wird, etwa mit dem Deutschen bAV Service. Dem Dienstleister steht übrigens der BRBZ-Vorstand Sebastian Uckermann vor. Makler, die im Bereich bAV aktiv sind, sollten daher immer die rechtliche Basis ihrer Beratung prüfen.

Die Nachfrage nach bAV ist laut You Gov im dritten Quartal 2011 deutlich gesunken. Nicht ausgeschlossen, dass hier die Finanzkrise eine Rolle spielt. Lediglich im Straf-Rechtsschutz, im Bereich Kauti-on und der Kreditversicherung sowie in der Betriebshaftpflicht war ein leichter Nachfrageanstieg zu verzeichnen. Chancen könnte es für Makler bei der Absicherung des Lieferantenrisikos per Kreditversicherung geben. Die Anbieter wie Euler-Hermes, Atradius oder Zurich arbeiten mit Versicherungsmaklern zusammen. Und angesichts weltweit instabiler Finanzmärkte dürfte die klassische Kreditversicherung wieder einen höheren Stellenwert erreichen.

Preiswettbewerb schwächt sich nicht ab

Nach Schätzungen von Euler-Hermes besitzen derzeit „nur“ rund 50.000 Unternehmen in Deutschland eine Kreditversicherung. Nachdem im Krisenjahr 2009 viele Kreditversicherer von heute auf morgen ihre Policen gekündigt hatten, gilt nun schon bei rund der Hälfte aller Verträge eine 30-tägige Warnfrist. „Schätzen wir die Bonität eines Warenempfängers anders ein, dann können vereinbarte Lieferungen noch in dieser Frist versichert ausgeführt werden“, erläuterte Ralf Meurer, Vorsitzender der Kommission Kreditversicherung im Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV).

Der Preiswettbewerb bei gewerblichen Risiken dürfte 2012 weiterlaufen. „Der Wachstumshunger der Versicherer ist nach wie vor vorhanden“, schätzt Marsh-Geschäftsführer Georg Bräuchle. Bei Haftpflichtversicherungen könnten daher für „wünschenswerte Risiken“ Prämi-

Hier steht eine Anzeige.

 Springer



DIE BESTEN POOLS FÜR FIRMENGESCHÄFT AUS SICHT FREIER VERMITTLER

© vm-Tabelle

Rang	experten-Report	SMARTcompagnie	Nennung (1) in Prozent
1	Amex	Amex	18,24
2	Invers	Fonds Finanz	10,59
3	Fonds Finanz	Invers	10,00
4	Maxpool	BCA	5,88
5	ASC	Degenia	5,88
6	Degenia	Domcura	5,88
7	Aruna	Aruna	4,71
8	Domcura	Vema	4,71
9	BCA	Carl Rieck	3,53
10	Blau direkt	Maxpool	3,53

Quelle: experten Report 3/2011; SMARTcompagnie GmbH 2010; 1) Summe der positiven minus negativen Nennungen

WELCHE CHANCEN DER MARKT BIETET:

© vm-Tabelle

Über zwei Drittel der rund 3,1 Millionen Unternehmen in Deutschland haben einen jährlichen Umsatz von bis zu 250.000 Euro. Es sind die Zielkunden des typischen Firmenkunden-Versicherungsvermittlers.

Umsatz in Euro	Anzahl der Unternehmen	in Prozent	Prozente kumuliert
bis 100.000	1.546.941	49,3	49,3
bis 250.000	684.794	21,8	71,1
bis 1 Million	582.638	18,6	89,7
bis 5 Millionen	242.290	7,7	97,4
bis 10 Millionen	36.688	1,2	98,6
bis 25 Millionen	23.716	0,8	99,4
über 25 Millionen	18.475	0,6	100

Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik 2009

enreduzierungen erreicht werden. Allein die Geschäfte mit Krankenhäusern und die Rückrufkostenversicherung seien schwierig. „Die Sparte Heilwesen, insbesondere die Arzthaftpflicht und Deckungen für Hebammen, ist schon hart“, sagt Amex-Experte Beermann. Sehr restriktiv ist nach Einschätzung von Bräuchle zudem weiterhin die Schadenregulierung der Assekuranz, vor allem bei Großschäden. So habe ein Vorstand auf einer Tagung unverhohlen erklärt:

„Wenn es knapper wird, schauen wir auch genauer in die Bedingungen.“ Vermittler sollten diesen Blick für ihre Kunden vorab tätigen. Daher ist der günstigste Schutz wohl nicht immer der beste. Härter wird der Markt im Flottengeschäft. Hier besteht der Trend, dass „eilige“ Flotten in Ballungsräumen, also beispielsweise Kurierfahrer oder Außendienstmonteure, von einigen Versicherern keinen bezahlbaren Schutz mehr erhalten.

Marktverhärtungen zeichnen sich laut Aon Deutschland für die Firmensachversicherung ab. Betroffen seien einzelne Branchen, wie Fleischverarbeitung, Holz oder Recycling. „Die Versicherer gestehen momentan in der Regel keine Laufzeiten von drei Jahren mehr zu, eine Laufzeit von zwei Jahren ist aber meist noch möglich“, sagt Aon Geschäftsführer Sven Erichsen. Einen Trend zu höheren Preisen spüren Experten im Bereich der gewerblichen Gebäudeversicherungen. Grund sei die hohe Schadenbelastung durch Leitungswasserschäden. Demgegenüber wird der Markt bei Firmen-Rechtsschutzversicherungen und technischen Sparten weiterhin eher als „weich“ eingeschätzt.

Ärger fördert die Akquise

Neue Kunden gewinnen Gewerbemakler immer noch durch Weiterempfehlung. Ausgelöst wird die Suche nach einem anderen Partner in der Regel durch Ärger der Kunden über bestimmte Sachverhalte. „Da wundert sich der Bäckermeister, warum seine baugleichen Fahrzeuge zu unterschiedlichen Prämien versichert sind“, beschreibt Kurek einen typischen Fall. Lasse dann die Antwort auf sich warten oder sei wenig klar, weil man einen Fehler vertuschen will, steige der Ärger-Pegel. „Wer dann im Bekanntenkreis von einem soliden Makler hört, ist ganz schnell mit all seinen Verträgen weg“, so Kurek.

Da passt, was VDVM-Expertin Marscheider sagt: „Ich prognostiziere dem klassischen, fachkompetenten und gut organisierten Versicherungsmakler die höchsten Chancen für den künftigen Versicherungsvertrieb.“