

Vermittler fusionieren ihre Berufsverbände

Initiatoren wollen effizientere Lobbyorganisation aufbauen

VON ANNE-CHRISTIN GRÖGER

Das Institut für Versicherungsmakler (IVM) und der Verband der Verbraucherorientierten Versicherungs- und Finanzmakler (VUV) haben sich zusammengeschlossen. Die neue Organisation heißt Bundesverband mittelständischer Versicherungs- und Finanzmakler (BMVF). „Wir wollen erreichen, dass langfristig Deutschlands größter Maklerverband entsteht“, sagt Hans-Ludger Sandkühler, bislang IVM-Chef. Zum Jahreswechsel soll der BMVF seine Geschäftstätigkeit aufnehmen. Die Vorgängerverbände werden sich dann auflösen.

Das IVM ist auf kleine und mittelständische Versicherungsmakler spezialisiert. Der in Bochum ansässige Verband hat etwa 300 Mitglieder. Beitretenden kann jedes Unternehmen, das im Vermittlerregister als Versicherungsmakler eingetragen ist und das die gesetzlichen Anforderungen gemäß der EU-Vermittlerrichtlinie erfüllt. Durch die Fusion mit dem VUV entsteht ein Maklerverband mit mehr als 350 Mitgliedsbetrieben, der bis zum Jahresende 2009 um weitere 150 anwachsen soll. Die Ziele sind ein erhöhter Organisationsgrad und eine effektivere Interessenvertretung der Maklerschaft in der Öffentlichkeit. „Die Stärke des IVM lag bisher vor allem in der Öffentlichkeitsarbeit, die des VUV in der Arbeit mit den Mitgliedern“, sagt Sandkühler. „Mit der Fusion wollen wir die Stärken beider Verbände zusammenlegen.“ Sandkühler wird mit Aufnahme der Geschäftstätigkeit als Vorstandsvorsitzender fungieren. Sein Stellvertreter wird der bisherige VUV-Chef Hartmut Goebel.

Zahlenmäßig größte Lobby mit derzeit 621 Mitgliedsunternehmen ist der Verband Deutscher Versicherungsmakler (VDVM). Hier werden nur Firmen mit hohen Qualitätsstandards aufgenommen. „Mindestens zwei Berufsträger sowie eine Erfahrung als Versicherungsmakler von nicht weniger als drei Jahren sind Grundvoraussetzung für eine Aufnahme in unseren Verband“, sagt André Molter, Syndikus beim VDVM. Zudem ist die erforderliche Vermögensschaden- und Haftpflichtversicherung für VDVM-Mitglieder doppelt so hoch wie vom Gesetzgeber vorgeschrieben. „Hintergrund dieser strengen Aufnahmekriterien sind unsere Bestrebungen, die Anforderungen an den Beruf des Versicherungsmaklers qualitativ zu sichern“, sagt Molter.

Entstanden ist der VDVM 2002 in München: Der ehemalige Bund Deutscher Versicherungsmakler (BDVM) und der Versicherungsmakler-Verband (VMV) schlossen sich zusammen. Die Mitglieder betreuen vornehmlich große Gewerbe- und Industriekunden. Zu den Mitgliedern gehören Weltkonzerne wie Aon, Marsh und Willis.

Als Konkurrenten verstehen sich der VDVM und der neue Verband nicht. „Unser Verhältnis wird vielmehr durch Kooperation und Gespräche geprägt sein, sodass wir uns gegenseitig ergänzen“, versichert Sandkühler. Neben diesen Verbänden gibt es noch den Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BKV), der sich hauptsächlich für die Interessen von Versicherungsvertretern einsetzt.

IMPRESSUM

Financial Times Deutschland
Stubbenhuk 3 · 20459 Hamburg
Tel. 040/31990-0 · Fax: 040/31990-310
www.ftd.de; E-Mail: leserservice@ftd.de

Redaktion: Volker Bormann (verantwortl.), Herbert Fromme, Anja Krüger, Ilse Schlingensiepen
Gestaltung: Andreas Voltmer (lfg.), Oliver Meisner
Bildredaktion: José A. Blanco, Florian Kraska
Infografik: Jens Storkan
Bildbearbeitung: FTD-Bildbearbeitung
Chefin vom Dienst: Dr. Hiltraud Bontrup
Korrektur: Martin Hinzmann

Verlag: Financial Times Deutschland GmbH & Co. KG, vertreten durch den Geschäftsführer Christoph Rühl
Postanschrift: Brieffach 02, D-20444 Hamburg
Anzeigen: Mario Suchert (verantwortl.), E-Mail: sonderthemen@ftd.de

„Financial Times“, „Financial Times Deutschland“ and „FTD“ are registered trade marks of The Financial Times Limited and used under licence.

Druck: Presse-Druck- und Verlags-GmbH, 86167 Augsburg; BZV Berliner Zeitungsdruck GmbH, 10365 Berlin; Druck- und Verlagszentrum GmbH & Co. KG, 58099 Hagen; Mannheimer Morgen Großdruckerei und Verlag GmbH, 68167 Mannheim

Kostenausweis ohne Nebenwirkung

Anbieter müssen Verbrauchern seit Juli die Abschlusskosten für Policen mitteilen. Auf das Geschäft hat das bisher kaum negative Auswirkungen

VON CAROLIN WEDEKIND

Versicherer müssen seit dem 1. Juli 2008 ihren Kunden in Euro und Cent vorrechnen, welche Abschluss- und Verwaltungskosten sie in die Tarife einkalkuliert haben. Bei einer über Jahrzehnte laufenden Lebensversicherung kann das mehrere Tausend Euro ausmachen. Doch gelesen und verstanden werden die zusätzlichen Dokumente von Versicherungsnehmern kaum.

Die Informationspflichtenverordnung, die im Zuge des neuen Versicherungsvertragsgesetzes eingeführt wurde, soll den Verbraucherschutz stärken. Viele Makler hatten vor Inkrafttreten der Verordnung befürchtet, sich im Gespräch gerade mit Privatkunden rechtfertigen zu müssen – auch wenn die einkalkulierten Abschlusskosten keineswegs identisch sind mit der tatsächlich gezahlten Provision. Auch die Berge an Informationsmaterial für den Kunden, so die Sorge, würden zu höheren Beratungsanforderungen führen.

Diese Befürchtungen haben sich nach Beobachtung von Peter Köhler vom Versicherungsmakler Thomaer und Partner nicht bewahrheitet. „Wenn man seine Beratungsaufgabe

ernst nimmt, war der Zeitaufwand für Privatkunden schon immer sehr groß“, sagt Köhler. „Es ist deshalb schwierig, kostendeckend zu arbeiten.“ Versicherungen an Privatkunden zu vermitteln sei nicht einfach für einen Makler, die Beratung aufwendig. Seit Ausbruch der Finanzkrise sind viele Kunden zudem verunsichert und seltener bereit, Verträge für langfristige Vorsorgeprodukte zu unterschreiben. „Die Lebensversicherung ist insgesamt rückläufig, vor allem die fondsgebundene“, sagt Köhler. Der Ausweis der Vertriebskosten macht ihm dabei bisher keine Sorgen. „Im Privatkundengeschäft sind die vier Prozent zu gering, um ein Problem zu sein“, sagt Köhler. Die meisten Versicherer kalkulieren in ihre Tarife Vertriebskosten von vier Prozent der insgesamt vom Kunden zu zahlenden Prämien über die gesamte Laufzeit ein. Firmenkunden sehen bei den Vertriebskosten dagegen eher einen Grund zur Diskussion, so Köhler.

Das sieht Ulf Niklas anders. Im Gegensatz zu einem Makler arbeitet er als Versicherungsberater für ein festes Zeithonorar, das der Kunde und nicht der Versicherer zahlt. „Die Kunden sind verwundert, wenn sie sehen, dass für den Vertrieb 3000 € eingerechnet werden“, sagt er. „Wir haben zurzeit einen großen Zulauf.“ Trotz Krise kommen monatlich etwa zwanzig neue Kunden zu ihm, die schon ein Angebot mit Provision haben. Wer ohne Vermitt-

„Wir haben zurzeit einen großen Zulauf“

Ulf Niklas, Honorarberater

ler kauft, kann bei vielen Versicherern ein sogenanntes Nettoangebot erhalten. Dabei zieht die Gesellschaft die Provision ab, die sie beim Vertrieb über einen Makler zahlen müsste. Eine Kundin sei beispielsweise mit einem Angebot für eine Berufsunfähigkeitsversicherung mit einem monatlichen Beitrag von 83,60 € zu ihm gekommen. Die leistungsgleiche Versicherung eines anderen Anbieters als Nettotarif kostete 68,73 € monatlich. Von der Differenz kann die Kundin den Versicherungsberater bezahlen – bei einer Laufzeit von mehreren Jahren lohne sich das. „Einige Versicherer haben noch keine

Nettoverträge im Angebot, weil sie die Marktentwicklung abwarten wollen“, sagt Niklas. „Sehr progressiv bietet beispielsweise der Volkswahl Bund solche Nettotarife an.“ Versicherungsberater ist eine geschützte Berufsbezeichnung. Nur wer allein von Kundenhonoraren und nicht von Provisionen lebt, darf sie tragen. Weit verbreitet ist das Geschäftsmodell aber nicht: Zurzeit arbeiten bundesweit gerade mal 140 Versicherungsberater.

Der Aachener Versicherungsmakler Marc Jacobs sieht bei Privatkunden nur wenig Interesse an zusätzlichen Informationen vor

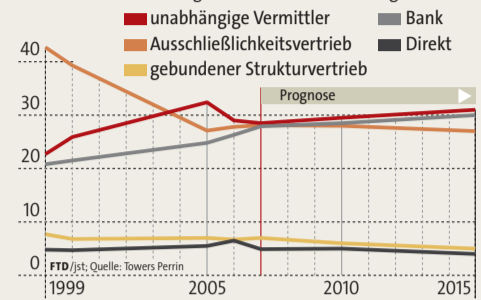
Privatkunden wollen lieber Makler als Vertreter

Auswahl Immer mehr Verbraucher bevorzugen unabhängige Vermittler, bei denen sie Policen von verschiedenen Anbietern bekommen können. Versicherer wollen deshalb den Maklervertrieb ausbauen.

Verbrauchernähe Auch bei den Banken sehen die Versicherer Chancen. Der Kontakt zum Kunden fällt in der Bankfiliale leicht.

Unabhängige Vermittler werden immer wichtiger

Marktanteile im Lebensgeschäft nach Vertriebsweg in %



Vertragsabschluss. Bisher wurde er von keinem auf die Höhe der Abschlusskosten angesprochen. „Die Kunden sind mit der Informationsflut eher überfordert.“ Den Beratungsaufwand wüssten sie zu schätzen, sagt Jacobs. „Ich weiß aber von Kollegen, dass sie bereits auf das Thema Provisionsabgabe angesprochen wurden.“ Obwohl Provisionen nicht an Kunden weitergegeben werden dürfen, fordern manche Kunden ihren Makler auf, sie daran zu beteiligen.

Gegenüber dem Vertrieb durch die versicherereigenen Außendienstleistungen gewinnen unabhängige Vermittler seit Jahren Marktanteile. Das Beratungsunternehmen Towers Perrin führt eine jährliche Vertriebswegestudie für Lebensversicherungen durch. 2007 waren erneut die unabhängigen Vermittler am erfolgreichsten. „Ein wichtiger Vorteil der

Vermittler gegenüber Vertretern ist, dass sie die Möglichkeit haben, sich auf Sparten zu spezialisieren“, sagt Heijo Hauser von Towers Perrin. Er hat bisher keine negativen Auswirkungen der Informationspflichtenverordnung beobachtet.

Hauser glaubt, dass der Vertrieb über unabhängige Vermittler weiter Teile gewinnen wird. „Ausschließlichkeitsorganisationen waren lange die Platzhirsche“, sagt Hauser. Bei der Befragung gaben 62 Prozent der Versicherer an, in den nächsten fünf Jahren das Geschäft über Makler ausbauen zu wollen. Zur Strategie gehört, dass manche Versicherer eigene Maklerorganisationen aufbauen und so die unabhängigen Vermittler an sich binden wollen.

Den Bankvertrieb wollen 45 Prozent der befragten Versicherer stärken. „Das ist aber Wunschdenken“, sagt Hauser. „Die Anzahl von Banken ist überschaubar und die meisten von ihnen sind verheiratet.“



Ohne Sprit geht gar nichts. Beim Großen Preis von Malaysia stehen Ferrari-Mechaniker bereit, zwölf Liter Benzin pro Sekunde in den Tank strömen zu lassen

Gesundheitsreform macht Vertrieben das Leben schwer

Viele Kunden sind verunsichert und brauchen mehr Beratung vor dem Abschluss einer Krankenpolice. Die Zielgruppe schrumpft stark

VON ILSE SCHLINGENSIEPEN

Den privaten Krankenversicherern (PKV) bringen die Einfirmentvertreter das meiste Geschäft. Ihre Bedeutung nimmt allerdings etwas ab, während die unabhängigen Vermittler aufholen. Das zeigt eine Untersuchung von Towers Perrin.

Nach der Umfrage des Unternehmens kam 2006 genau die Hälfte des PKV-Neugeschäfts über den Ausschließlichkeitsvertrieb, im Jahr zuvor waren es noch 57 Prozent. Der Anteil der unabhängigen Vermittler stieg von 31 Prozent auf 34 Prozent und erreichte damit eine ähnliche Bedeutung wie in der Lebensversicherung. „Da die Vielzahl und Komplexität der Krankenversicherungstarife steigt, wächst auch der Bedarf nach unabhängiger Beratung. Dies betrifft vor allem die Krankenvollversicherung“, sagt Heijo

Hauser, Managing Director bei Towers Perrin.

Gerade in der Krankenvollversicherung, die mit 72 Prozent der Beitragseinnahmen das wichtigste Geschäftsfeld der PKV ist, wird der Verkauf immer schwieriger, sagt der Präsident des Bundesverbands Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) Michael Heinz. „Durch die nicht enden wollenden Gesundheitsreformen gibt es eine große Verunsicherung im Markt“, berichtet er. Die Kunden hätten einen gestiegenen Beratungsbedarf, auch über

„Wir spüren einen deutlichen Nachfrageanstieg“

Gerhard Frieg, MLP

die gesetzliche Krankenversicherung (GKV). Den zusätzlichen Aufwand bekommen die Vertriebe aber nicht bezahlt. Die Politik hat die Versicherungspflichtgrenze – das Einkommen, ab dem Angestellte in die PKV wechseln können – in den vergangenen Jahren deutlich angehoben. Zudem müssen sie jetzt drei Jahre diese

Voraussetzung erfüllen. Das verkleinert den Personenkreis, der für eine Vollversicherung infrage kommt. Viele Vermittler versuchen deshalb, PKV-Kunden von einem zum anderen Anbieter abzuwerben.

Eine Reihe von Vertrieben konzentriert sich inzwischen lieber auf andere Sparten, sagt Heinz. „Es ist wesentlich interessanter, sich um das Thema steuergeförderte private Altersvorsorge zu kümmern.“

Gerhard Frieg, Vorstand des Finanzvertriebs MLP, sieht langfristig eine positivere Perspektive. Zwar verspürt auch MLP eine starke Verunsicherung und einen gestiegenen Erklärungsbedarf der Kunden. Das sei gerade die Herausforderung, sagt er. Vor allem wegen der Einführung der Dreijahresfrist gab es im ersten Halbjahr einen Einbruch in der Nachfrage, berichtet Frieg.

Die anstehenden Änderungen in der PKV verunsichern die Kunden. Ab 1. Januar 2009 müssen alle PKV-Unternehmen einen Basistarif an-

Markt für Spezialisten

Anbieter Ende 2007 hatte der Verband der privaten Krankenversicherung (PKV) 47 Mitgliedsunternehmen. Darunter waren 27 Aktiengesellschaften und 20 Versicherungsvereine. Drei Gesellschaften hatten mehr als 500 000 Vollversicherte im Bestand: Debeka, DKV und Allianz Private Krankenversicherung. Neun Unternehmen kamen auf Beitragseinnahmen von mehr als 1 Mrd. €.

Volumen Die Branche erzielte im vergangenen Jahr Prämien in Höhe von 29,5 Mrd. €, das macht sie zur zweitgrößten Einzelsparte hinter der Lebensversicherung. Auf die Krankenvollversicherung entfielen 21,2 Mrd. € oder 72,0 Prozent der Beitragseinnahmen. Die angesparten Altersrückstellungen der Versicherten beliefen sich Ende vergangenen Jahres auf 123,6 Mrd. €.

boten, der gedeckelte Prämien hat und den Leistungen der GKV entspricht. Außerdem wird der Wechsel innerhalb der PKV leichter, weil Kunden künftig einen Teil der Altersrückstellungen mitnehmen können. Beides treibt die Prämien nach oben.

„Wir spüren jetzt wieder einen deutlichen Nachfrageanstieg“, sagt Frieg. Viele wollen noch abschließen, bevor es teurer wird. Außerdem steht der künftige einheitliche Beitragssatz von 15,5 Prozent in der GKV fest. „Zu Recht stellen sich viele die Frage, ob die Einheitsversicherung funktioniert“, sagt der MLP-Vorstand. Der GKV-Schutz werde zudem für viele merklich teurer. Frieg rechnet damit, dass MLP den Einbruch bei den PKV-Policen bis zum Jahresende wieder wettmachen kann. „Ich glaube, dass im ersten Halbjahr 2009 noch mal ein weiterer Nachfrageschub möglich ist, wenn Angestellte mit höheren Einkommen ihre ersten Gehaltsabrechnungen mit den neuen Abzügen in der Hand halten.“