

Versicherungsforen-Themendossier



Dringend
Nachfolger gesucht!

Nr. 11 / 2014 | 16. Juni 2014

Und wer kommt dann? Nachfolgemanagement als Schlüsselthema im Vertrieb

s6

Das Vertriebsparadoxon –
Zu wenig Vorsorge, zu viele
Vermittler?

s8

Versicherungsvertrieb –
Die Nachfolgefrage ist ein
Schlüsselthema!

s12

Nachfolgemanagement und
Bestandsvermittlung im
Maklermarkt

Abstract

Es scheint nicht gut bestellt um die Berufsgruppe der Versicherungsvermittler. Immer wieder hört und liest man von einem drohenden »Vermittlersterben«. Wie kann das sein? Hieß es doch immer, es gebe zu viele von ihnen. Bevor es eine Zulassungsbeschränkung und eine Registrierungspflicht für Vermittler (und damit valide statistische Daten) gab, gingen Schätzungen noch von 400.000 bis 500.000 Finanzvermittlern in Deutschland aus. Mit der Umsetzung der Versicherungsvermittlerrichtlinie in nationales Recht im Jahr 2007 wurde die Tätigkeit von Versicherungsvermittlern und -beratern grundsätzlich als erlaubnispflichtiges Gewerbe ausgestaltet – gem. § 34 d Abs. 1 GewO für Versicherungsvermittler und gem. § 34 e GewO für Versicherungsberater. Voraussetzung für die Erteilung einer Erlaubnis ist der Nachweis der Sachkunde, womit die Anforderungen an die Vermittlung von Versicherungsprodukten deutlich gestiegen sind. Seit Jahren sind nun sinkende Vermittlerzahlen zu verzeichnen. Aktuell sind 244.317 Vermittler im Register gelistet, eine aktuelle Studie stellte jedoch heraus, dass davon tatsächlich nur 40 Prozent hauptberuflich Versicherungsprodukte vertreiben. Haben wir wirklich zu viele Vermittler? Eine Frage, auf die der Beitrag »Das Vertriebsparadoxon – Zu wenig Vorsor-

ge, zu viele Vermittler?« eingeht.

In den nächsten 10 bis 15 Jahren werden 40 Prozent der Vermittler altersbedingt aus dem Geschäft aussteigen. Wer kümmert sich dann um ihre Kunden? Das ist die Kernfrage im Nachfolgemangement. Wie wichtig und vielfach existenziell es ist, eine geregelte Nachfolge zu treffen, sind sich die meisten Vermittler(-betriebe) bewusst. Die Mehrheit hat bisher allerdings noch keine Regelungen zur Nachfolge getroffen. Das ergab eine Studie zum »Nachfolgemangement im Versicherungsvertrieb«, die die Versicherungsforen Leipzig gemeinsam mit der Berufsakademie Dresden, der Fachhochschule Dortmund und der Q_PERIOR AG Anfang des Jahres durchgeführt haben. Mario Gärtner, Sascha Noack (beide Versicherungsforen Leipzig) und Rico Gribbe (BA Dresden) geben in ihrem Artikel einen Einblick in weitere Studienergebnisse. Zum Thema Nachfolgemangement stand uns auch Dr. Stefan G. Adams, Geschäftsführer Dr. Adams & Associates GmbH & Co KG, Rede und Antwort. Er hat schon viele Vermittler(-betriebe) bei der Planung und Realisierung der Nachfolge begleitet und berichtet im Interview von seinen Erfahrungen.

Inhaltsübersicht

Einige Zahlen, Daten und Fakten zum Versicherungsvertrieb	3
Das Vertriebsparadoxon – Zu wenig Vorsorge, zu viele Vermittler?	6
Versicherungsvertrieb – Die Nachfolgefrage ist ein Schlüsselthema!	8
Nachfolgemangement und Bestandsvermittlung im Maklermarkt	12
Literaturhinweise und Links	14
Versicherungsforen in eigener Sache	16

Einige Zahlen, Daten und Fakten zum Versicherungsvertrieb

Die Debatte um das Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) schlägt aktuell – auch im Vertrieb – hohe Wellen. Insgesamt werden die steigenden regulatorischen Anforderungen die Vermittler in den nächsten Jahren stark beanspruchen, sodass Befürchtungen eines drohenden »Vermittlersterbens«, wie es in Großbritannien bereits zu beobachten ist, immer lauter werden. Nicht verwunderlich, dass Versicherer dieses Thema als die zentrale Herausforderung empfinden. Weitere wichtige Einflüsse mit Auswirkungen für den Vertrieb sind die Themen Demografie und Fachkräftemangel, veränderte Kundenbedürfnisse in Bezug auf Service, Beratung und Kommunikation sowie die wachsende Bedeutung der Online-Kanäle für den Vertrieb von Versicherungsprodukten. Als Einstieg soll der Beitrag einen kurzen Überblick über aktuelle Zahlen und Fakten zum Versicherungsvertrieb liefern.

Braucht der »moderne« Kunde keinen Vermittler mehr?

Basierend auf Umfragen unter seinen Mitgliedsunternehmen hat der GDV Zahlen zu den Vertriebswegeanteilen der einzelnen Versicherungssparten erhoben. Danach generiert sich knapp die Hälfte des Neugeschäfts aller Versicherungssparten aus dem Ausschließkeitsvertrieb. Bei den Ausschließkeitsvertretern differenziert der GDV nach haupt- und nebenberuflichen Vertretern sowie Angestellten. Die

nebenberuflichen Vertreter spielen danach nur noch in der Schadenversicherung mit 2,3 Prozent Anteil am Neugeschäft im Jahr 2012 eine etwas größere Rolle. In der Lebens- und Krankenversicherung dagegen kommen sie jeweils nur auf knapp über ein Prozent Anteil.

Den zweitgrößten Vertriebsweg bilden die Mehrfirmenvermittler (Makler, Mehrfachvertreter, Strukturvertriebe) mit rund 32 Prozent Anteil am Neugeschäft (sowohl in Leben als auch in Komposit). Kreditinstitute bestimmen nur im Bereich Leben, mit einem Anteil von ca. 18 Prozent, das Neugeschäft wesentlich mit.

In den letzten Jahren hat sich über alle Versicherungssparten hinweg schon eine Bedeutungszunahme des Direktvertriebs abgezeichnet, insbesondere in der Sachversicherungssparte und da vor allem in der Kfz- und Auslandsreisekrankenversicherung. In der Sachversicherung beträgt der Anteil des Neugeschäfts mittlerweile über 10 Prozent, während im Bereich Leben und Kranken nur circa 4 bis 5 Prozent des Neugeschäfts auf diesen Vertriebsweg zurückzuführen sind.

Dass die Relevanz direkter Vertriebsformen zusehends steigt, bestätigten auch die Teilnehmer der Studie »Versicherungen 2020«. Dominieren aktuell noch die traditionellen Vertriebskanäle, wird sich das nach Meinung der Versicherungsmanager in den nächsten 15 Jahren deutlich verschieben. Viele Versicherer wollen insbesondere für standardisierte und we-

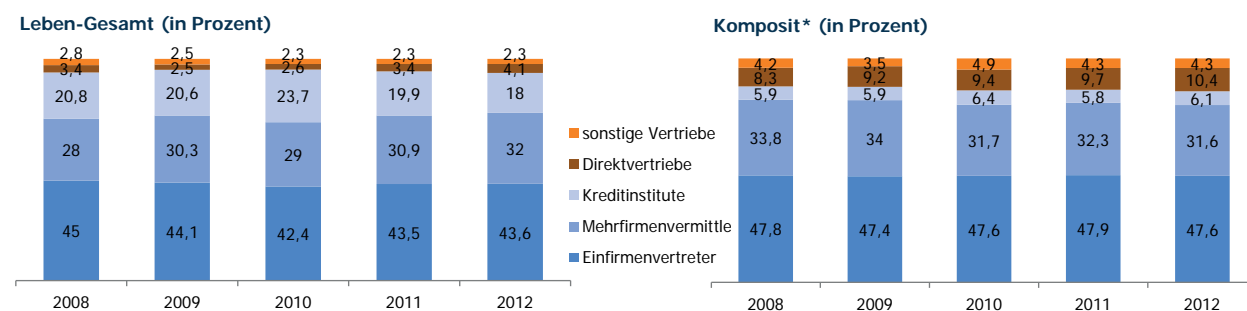


Abbildung 1: Entwicklung der Vertriebswege, gemäß Beitragssumme, Quelle: GDV

nig erklärungsbedürftige Produkte alternative Vertriebswege basierend auf den neuen Technologien etablieren. Insbesondere die jüngere Zielgruppe erwartet internetbasierte Vertriebs- und Kommunikationsmöglichkeiten und einen Ausbau der digitalen Kanäle.

Der Anteil der Kunden, die zunächst im Internet nach Informationen suchen, steigt. Die Internetrecherche wird vor allen Dingen zur Produktsuche genutzt, wobei die Kunden die Webseiten der Versicherer den zahlreichen Vergleichsportalen vorziehen. Kommt es zum Vertragsabschluss, wird in Deutschland dennoch weiterhin der persönliche Kontakt zu einem Versicherungsvermittler bevorzugt. Die Bedeutung des Online-Kanals nimmt jedoch auch in diesen Kontaktphasen zu, allerdings eher bei weniger komplexen Versicherungen. Erklärungsbedürftige Produkte, wie Lebens- und Altersvorsorgeprodukte hingegen bleiben Hoheit der Vermittler. Der Vormarsch des Internets bedeutet also keineswegs, dass der moderne Kunde keine Beratung und keinen Vermittler mehr braucht. Der Vermittler bleibt der Dreh- und Angelpunkt für die Kundenbeziehung. Die Symbiose zwischen Versicherer, Vermittler, Agenturen bzw. Makler bleibt auch im digitalen Zeitalter bestehen, wenn sich auch in der Kommunikation zum Kunden einiges ändern wird. Die Verzahnung von Online- und Offline-Kommunikation ist für den Vertrieb daher eine der wichtigsten Aufgaben, um neue, insbesondere junge Kunden zu adressieren und bestehende zu halten. Ein Vermittler wird zukünftig mehrere Kanäle bespielen müssen. Und wer könnte das besser als die, die mit den neuen Technologien aufgewachsen sind?

Demografischer Wandel auch ein Problem des Vertriebs

Für diese Generation erscheint der Beruf des Vermittlers allerdings wenig attraktiv. Kein Wunder: Im Ranking der vertrauenswürdigsten Berufe in Deutschland landet der Versicherungsvertreter auf dem vorletzten Platz. Als weiterer Punkt für die Zurückhaltung werden auch die Einkommensperspektiven genannt. Der Mangel an Nachwuchskräften ist schon jetzt deutlich spürbar. Laut der Studie »Vermittler-PISA« (ein Gemeinschaftsprojekt der Fachhochschule Dortmund, der Versicherungsforen Leipzig und der Skopos GmbH) liegt das Durchschnittsalter der Vermittlerschaft derzeit bei 48 Jahren (Abbildung 2). Seit Jahren sind sinkende

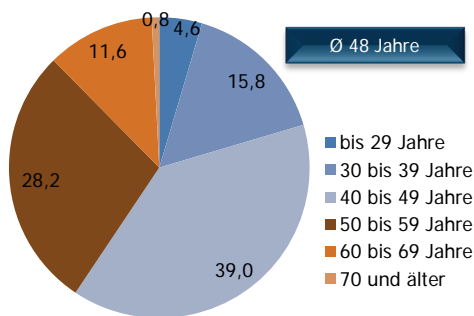


Abbildung 2: Altersverteilung der Versicherungsvermittler in Prozent, Quelle: »Vermittler-PISA«; Beenken/FH Dortmund, Versicherungsforen Leipzig, SKOPOS; 2012

Vermittlerzahlen zu verzeichnen (Abbildung 3). Dieser Trend dürfte sich in den kommenden Jahren durch die altersbedingte Fluktuation noch verstärken. Der gesamtgesellschaftlich beobachtbare demografische Wandel vollzieht sich damit auch im Kleinen, im Vertrieb. Im Wettbewerb um qualifizierte Nachwuchskräfte muss der Versicherungsvertrieb mithalten können. Hier gilt es für die gesamte Branche, an der Imageproblematik zu feilen.

Regulierung erhöht Druck auf den Vertrieb

Digitalisierung, veränderte Kundenanforderungen, Demografie und Fachkräftemangel sind nicht die einzigen Herausforderungen für den Vertrieb. Gravierende Einschnitte in der Vermittlerstruktur stehen auch mit den geplanten und zum Teil bereits auf den Weg gebrachten Regulierungsvorhaben bevor. Die einflussreichste ist hier wohl die Novellierung der Richtlinie über Versicherungsvermittlung (IMD2). Das im Rahmen von IMD2 viel diskutierte Provisionsverbot und die geplanten Offenlegungspflichten sorgen bei Vermittlern für großen Wirbel. Ein generelles EU-weites Provisionsannahmeverbot und eine gesetzlich verankerte Deckelung der Provisionen scheinen zwar zunächst vom Tisch, die Diskussion um die Offenlegung der Provisionshöhe ist allerdings immernoch aktuell und wurde dieser Tage noch einmal kräftig befeuert.

Grund ist der im Juni veröffentlichte »Entwurf eines Gesetzes zur Absicherung stabiler und fairer Leistungen für Lebensversicherte« (Lebensversicherungsreformgesetz, kurz: LVRG), der eine Erweiterung der Beratungs- und Dokumentationspflichten vorsieht, die im VVG verankert werden sollen. Laut einem neuen § 61 Absatz 3 VVG hat der Versicherungsvermittler »dem Versicherungsnehmer die ihm für den Abschluss des Vertrages mit dem Versicherungsunternehmen vertraglich vereinbarte Provision als Gesamtbetrag in Euro mitzuteilen. Er hat dies nach § 62 zu dokumentieren.« Eine Beschränkung nur auf Lebensversicherungen wurde nicht vorgenommen. Das komme einem »hard disclosure«, also einer ungefragten Offenlegung der Vergütungen, gleich, die das EU-Parlament gerade aus dem IMD2-Entwurf der EU-Kommission herausgestrichen hatte (Matthias Beenken: »Hard disclosure bald Realität«, 4.6.2014, Versicherungsmagazin.de). Nun hat sich auch der Bundesrat in erster Lesung mit dem LVRG befasst. Darin sprach sich die Mehrheit für die Forderung aus, nach der Versicherungsvermittler »grundsätz-

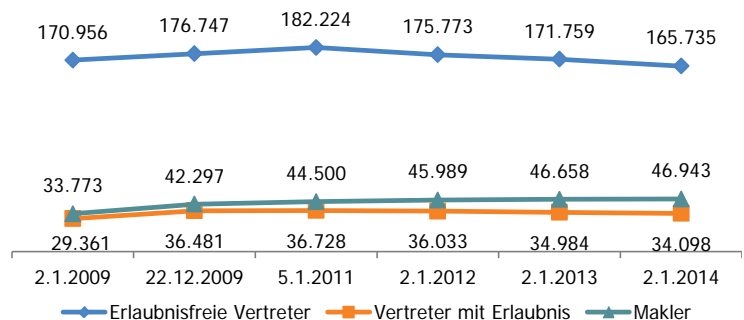


Abbildung 3: Versicherungsvermittler laut Vermittlerregister, Quelle: DIHK Service GmbH

lich alle gewährten geldwerten Vorteile« in Euro offenlegen sollen. Dies sei eine geeignete Möglichkeit, um »Kunden das Eigeninteresse des Versicherungsvermittlers am Abschluss des Vertrags offenzulegen« (Stellungnahme des Bundesrates vom 13.6.2014). Würde man nur auf die bei Abschluss des Vertrags anfallenden Provisionen abstellen, bestünde die Gefahr, dass Umgehungstatbestände zu Lasten der Kunden geschaffen würden. Der Bundesrat wird das Reformpaket am 11. Juli beschließen. Das Inkrafttreten hängt dann von der Unterschrift des Bundespräsidenten und der Veröffentlichung im Bundesgesetzblatt ab.

Abhängig vom Grad der regulatorischen Eingriffe werden sich Vermittler auf Konsolidierungen einstellen müssen. Dies legen zumindest Marktentwicklungen aus Großbritannien nahe: Zahlreiche Offenlegungspflichten sowie die erst 2013 eingeführte Retail Distribution Review (RDR), die im Vorsorgebereich Provisionen der Produktanbieter an Finanzberater und Makler verbietet, haben zu einer massiven Abnahme von abhängigen Vermittlern geführt. Innerhalb von 25 Jahren ist deren Zahl von 185.000 auf knapp 15.000 zurückgegangen. Eine deutliche Verschiebung zugunsten der unabhängigen Vermittler erfolgte allerdings nicht. Die britische Finanzaufsicht FSA geht sogar davon aus, dass sich die Zahl der unabhängigen Vermittler durch die RDR mittelfristig auf rund 30.000 reduzieren wird. Die Folge: Fünf Fondsplattformen kontrollieren inzwischen mehr als 75 Prozent des insgesamt verwalteten Vermögens.

Drohendes »Vermittlersterben«

Welche Auswirkungen eine Abkehr von der traditionellen, erfolgsabhängigen, umsatzorientierten und vom Versicherer geschuldeten Vergütung für den Vermittlerbestand und die Ausstattung der Haushalte mit Vorsorgeprodukten haben könnte, zeigt eine vom Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK) in Auftrag gegebene Studie aus dem Jahr 2013. Die Studienautoren Prof. Dr. Matthias

Beenken und Prof. Dr. Michael Radtke (beide FH Dortmund) untersuchten anhand einer Szenario-Betrachtung »Betriebswirtschaftliche Konsequenzen eines Systemwechsels in der Vergütung von Versicherungsvermittlern«. Die Studie skizziert, dass in den kommenden vier Jahren, je nach Szenario, mit einem Ausscheiden von 30 bis 45 Prozent der hauptberuflichen Versicherungsvermittler gerechnet werden muss (siehe Abbildung 4). Grund hierfür seien insbesondere Einnahmeverluste u.a. durch mögliche Provisionsdeckelungen. Die höchsten Verluste haben dabei junge Existenzgründer, aber auch Vermittlerbetriebe mit bereits zehnjähriger Tätigkeitsdauer zu kompensieren, was auf Dauer nur schwer möglich werde.

Durch den Rückgang der Vermittlerzahlen prognostizieren die Studienautoren schließlich auch eine stagnierende bzw. sogar sinkende Deckung von Vorsorgeprodukten in den Haushalten (siehe Abbildung 4). So könnte im strengsten Regulierungsfall die Ausstattung mit Rentenversicherungen in vier Jahren fast vier Prozent unter der derzeitigen hochgerechneten Vermittlungsleistung liegen. Umso wichtiger werde die staatliche Förderung von Existenzgründungen im Versicherungsvertriebsbereich sowie die Optimierung von Aufsicht und Selbstregulierungsansätzen, anstatt eine Überregulierung zu provozieren, so das Fazit der Studie. Der Beitrag »Das Vertriebsparadoxon – Zu wenig Vorsorge, zu viele Vermittler?« in diesem Themendossier geht näher auf diese Problematik ein.

Noch stehen wichtige Entscheidungen aus, die die Szenarien konkretisieren könnten. Auf die Vermittler wird so oder so aber einiges zukommen. Es kann sicher nicht falsch sein, sich frühzeitig mit möglichen Entwicklungen auseinanderzusetzen.

Entwicklung des Bestands an hauptberuflichen Versicherungsvermittlerbetrieben						
Szenario	AO		Makler/ Mehrfachvertreter		Gesamt	
Ausgangssituation	59.000	100%	30.000	100%	89.000	100%
Basisszenario	42.314	72%	20.109	67%	62.423	70%
Szenario 2	37.755	64%	17.681	59%	55.436	62%
Szenario3	31.653	54%	17.665	59%	49.317	55%

Entwicklung der Ausstattung der Haushalte mit Vorsorgeprodukten				
Versicherungsart	Szenario	2013	2015	2017
Private Rente	Ausgangssituation	26,8%	28,8%	30,0%
	Basisszenario	26,8%	27,4%	27,4%
	Szenario 2	26,8%	27,1%	26,7%
	Szenario 3	26,8%	26,7%	26,2%
Berufs-/ Erwerbsunfähigkeitsversicherung	Ausgangssituation	25,1%	25,7%	26,2%
	Basisszenario	25,1%	24,8%	24,3%
	Szenario 2	25,1%	24,5%	23,9%
	Szenario 3	25,1%	24,3%	23,5%

- Basisszenario: leichte Eingriffe in die jetzige Vertriebsstruktur (z.B. Kostenoffenlegung auf Nachfrage mit geringem Interesse der Verbraucher)
- Szenario 2: größere Eingriffe in die jetzige Vertriebsstruktur (z.B. Zwang zur Kostenoffenlegung mit Interesse der Kunden und Rechtfertigungsdruck für Vermittler, Förderung der Honorarvermittlung jedoch geringes Interesse der Kunden daran)
- Szenario 3: Weitgehende Eingriffe in die jetzige Vertriebsstruktur (z.B. Courtageverbot in der Lebensversicherung mit Anlageelementen, Zwang zur Verteilung der Abschlussprovision auf Laufzeit, Förderung der Honorarvermittlung → steigende Akzeptanz bei den Kunden)

Abbildung 1: Vorsorge durch Regulierungsmaßnahmen gefährdet, Quelle: BVK (Hrsg.), Studie »Betriebswirtschaftliche Konsequenzen eines Systemwechsels in der Vergütung von Versicherungsvermittlern«

Das Vertriebsparadoxon – Zu wenig Vorsorge, zu viele Vermittler?

Für die Studie »Anforderungen an Finanzvermittler – mehr Qualität, bessere Entscheidungen«, durchgeführt im Auftrag des früheren Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz im Jahr 2008, wurde erstmals die Vermittlerdichte in Deutschland mit der in ausgewählten europäischen Ländern verglichen. Aufgrund fehlender statistischer Informationen über die tatsächliche Vermittleranzahl stützte sich die damalige Studie auf Schätzungen, die von 400.000 bis 500.000 Finanzvermittlern in Deutschland ausgingen. Damit verzeichnete die Bundesrepublik eine in der EU einzigartig hohe Anzahl von 0,61 Vermittlern pro 100 Einwohner. Vergleichsländer wie Großbritannien (0,27), Litauen (0,24) oder die Niederlande (0,20) wiesen deutlich niedrigere Vermittlerquoten auf.¹ Die Studie verfestigte somit die bestehende These, dass es zu viele Vermittler in Deutschland gibt; kamen doch andere Länder dem gesellschaftspolitischen Vorsorgeauftrag mit weitaus weniger Vermittlern nach.

Relativiert wurde diese Zahl durch die Implementierung des § 34 d Abs. 1 GewO, der seit dem 22. Mai 2007 eine Registrierung selbständiger Versicherungsmakler oder -vertreter im Versicherungsvermittlerregister zwingend erforderlich macht. Das Vermittlerregister erlaubt seither eine detaillierte Sicht auf die Entwicklung der Vermittler sowie der Vertriebskanäle in Deutschland. Ein aktueller Blick in das Register zeigt, dass im März 2014 244.317 Vermittler registriert waren, was einer Vermittlerquote von aktuell 0,3 Vermittlern pro 100 Einwoh-

ner entspricht. Die weitaus realistischere Anzahl der Vermittler in Verbindung mit der Tatsache, dass sich die Nettoanzahl seit 2010 um knapp 19.000 Vermittler verringert hat, macht deutlich, dass sich die Vermittlerdichte in Deutschland den Werten der aufgeführten Vergleichsländer kontinuierlich annähert.

Doch ist ein europäischer Vergleich der Vermittlerzahlen überhaupt sinnvoll? Sollte im Rahmen der Debatte um ungenügenden Versicherungsschutz nicht vielmehr das Kriterium der gesellschaftspolitischen Vorsorge im Fokus stehen, statt rein quantitative Vergleiche anzustellen? Wie aussagekräftig ist es, Vermittlerzahlen von Ländern mit unterschiedlichen Altersvorsorgesystemen, wie zum Beispiel den Niederlanden (hohe Grundrente; Ergänzung durch die betriebliche Altersvorsorge) und Großbritannien (niedrige Grundrente, schwache Verbreitung der verdienstabhängigen Zusatzrente; Dominanz der betrieblichen oder privaten Systeme), miteinander zu vergleichen? Und haben nicht auch strukturelle Unterschiede, wie zum Beispiel die unterschiedlichen Marktanteile der Vertriebssysteme, Auswirkungen auf die Anzahl der Vermittler? Dass in einem Markt wie Großbritannien (mit einem Direktvertriebsanteil von 44 Prozent) bzw. Litauen (mit einem Bankvertriebsanteil von 67 Prozent) weniger Vermittler² existieren, ist einleuchtend und führt einen direkten Vergleich der Vermittlerdichte ad absurdum.

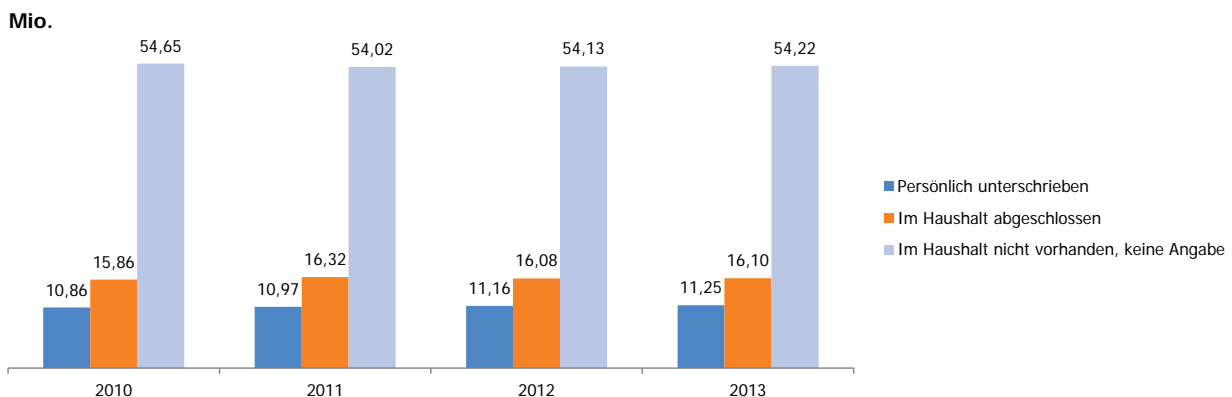


Abbildung 1: Anzahl der Personen in Deutschland, die eine private Altersvorsorge persönlich abgeschlossen oder im Haushalt haben, von 2010 bis 2013 (in Millionen), Quelle: VuMA, erhoben durch IFAK, Ipsos, Media Markt Analysen

Wer jedoch nach wie vor die Vermittlerdichte als wichtiges Vergleichskriterium heranzieht, dem sei ein Blick in die Studie »Betriebswirtschaftliche Konsequenzen eines Systemwechsels in der Vergütung von Versicherungsvermittlern« von Prof. Matthias Beenken und Prof. Michael Radtke ans Herz gelegt. Darin verweisen die beiden Wissenschaftler auf die sehr grobe Systematisierung des Vermittlerregisters, die eine Unterscheidung zwischen Haupt- und Nebenberuflern ebenso wenig vornimmt wie eine Differenzierung zwischen Ober- und Untervermittlern innerhalb strukturierter Vertriebsformen. Die Studienautoren nahmen diese fehlende Unterscheidung sowie die zahlreichen »Karteileichen« im Register zum Anlass, eine repräsentative Umfrage innerhalb der Assekuranz durchzuführen, die einen differenzierteren Blick auf die Vermittlerlandschaft gewähren sollte. Es stellte sich heraus, dass von den 244.317 eingetragenen Vermittlern im Vermittlerregister tatsächlich nur ca. 96.000 dem Vertrieb von Versicherungsprodukten hauptberuflich nachgehen. Dies entspricht einer Vermittlerdichte von gerade noch 0,12 Vermittlern auf 100 Einwohner.³

Auf welche Zahl man sich schließlich beruft, eines bleibt sicher: Entscheidend ist nicht die Vermittlerdichte – hierfür existieren zu viele unterschiedliche politische und wirtschaftliche Einflussfaktoren –, sondern die Versicherungs- und Vorsorgedichte. Und diese ist – mit Blick auf die aktuellen und zukünftigen demografischen Entwicklungen – unzureichend ausgeprägt. Deutschlandweit besitzen gerade einmal 59 Prozent (Stand: Juli 2012) der Bevölkerung eine private oder betriebliche Altersvorsorge.⁴ Um einem drohenden Anstieg der Altersarmut gesellschaftspolitisch entgegenzuwirken, muss die Bevölkerung vermehrt für das Thema Versicherungsschutz sensibilisiert werden, und da in Deutschland nach wie vor vier von fünf Versicherungsverträgen über Vermittler vertrieben werden, kommt diese Aufgabe den Versicherungsvermittlern zu. Sie sind die entscheidende und limitierende Ressource in der Sicherstellung der privaten (Alters-)Vorsorge. Die eigentliche Frage ist daher nicht »Haben wir zu viele Vermittler?«, sondern »Haben wir eventuell zu wenige bzw. ist die Qualität der am Markt vorhandenen Vermittler ausreichend, um die Vorsorgesituation in Deutschland langfristig zu verbessern?«.

Anmerkungen

1. Marco Habschick, Jan Evers: Anforderungen an Finanzvermittler – mehr Qualität, bessere Entscheidungen; September 2008, online unter: <http://www.bmelv.de/cae/servlet/contentblob/379922/publicationFile/21929/StudieFinanzvermittler.pdf>
2. Matthias Beenken: Vertriebswegeanteile in Europa, 16. MAI 2011, online unter: <http://www.inovexx.de/aktuelles.html?sid=e51ab638e16a7a609d7eac00d716675f>
3. Matthias Beenken, Michael Radtke: Betriebswirtschaftliche Konsequenzen eines Systemwechsels in der Vergütung von Versicherungsvermittlern, Oktober 2013, online unter: http://www.bvk.de/system/files/%252Fusr/home/cew/apache/sites/bvk.de/files/BVK%20Studie%20Verg%C3%BCtungswechsel%2016%2010%202013%20Kurzversion_0.pdf
4. Quelle: ING-DiBa, erhoben durch TNS; Juli 2012;

AUTOREN



Sascha Noack
Projektreferent
Versicherungsforen Leipzig



Mario Gärtner
Leiter »Kompetenzfeld
Vertrieb«
Versicherungsforen Leipzig

Versicherungsvertrieb – Die Nachfolgefrage ist ein Schlüsselthema!

Versicherer und ihre Vertriebswege sind aufeinander angewiesen. Damit wird der anstehende Generationswechsel bei den Vermittlern neben der Digitalisierung zu einem Schlüsselthema für die Zukunftsfähigkeit der Versicherungsunternehmen. Im Massengeschäft gleichen sich die Leistungsangebote der Versicherer einander immer mehr an. Damit wird der Vertriebsmitarbeiter zum Zünglein an der Waage und macht oftmals den entscheidenden Unterschied im Kaufentscheidungsprozess aus. Beim Versicherungsverkauf und in der Kundenbetreuung spielen Vertrauen und Zuverlässigkeit eine wesentliche Rolle für den Erfolg. Vertrauen und Zuverlässigkeit werden wesentlich durch verlässliche und »lebenslange« Beziehungen zwischen dem Vermittler vor Ort und den Kunden geprägt. Gerade in einer Zeit, in der die zunehmende Digitalisierung alles verändert, ist der persönliche Kundenkontakt nach wie vor von enormer Bedeutung, insbesondere bei komplexen und langfristigen Entscheidungen wie der Wahl einer Versicherung. Menschen brauchen Menschen, die ihnen Dinge wie Versicherungen und Risikothemen erklären.

Gute und qualifizierte Vermittler gibt es eben nicht im Überfluss, wie der vorangegangene Beitrag gezeigt hat. Die verschärften regulatorischen Anforderungen, der demografische Wandel und der damit verbundene Mangel an Nachwuchskräften werden zu weiter sinkenden Vermittlerzahlen führen, eine Herausforderung für die Branche. Immerhin werden viele Vermittler in den kommenden Jahren altersbedingt ausscheiden. Hier ist es wichtig, für eine geregelte Nachfolge zu sorgen und die betrifft nicht nur Vermittler(-betriebe) und Versicherer, sondern schließlich auch den Kunden. Der zu erwartende Mangel an Fachkräften hat daher vor allem im Vertriebsbereich weitreichende Folgen.

Mit unserer aktuellen Studie zum »Nachfolgemanagement im Versicherungsvertrieb« wollen wir dem Thema neue Impulse geben, indem wir Antworten auf Fragen zum aktuellen Stand, zu Herausforderungen und zu wichtigen Handlungsfeldern aus Sicht der Vermittler selbst finden. Dazu haben wir mit Unterstützung der Berufsakademie Dres-

den, der Fachhochschule Dortmund und der Q_PERIOR AG in einem studentischen Projekt bundesweit Versicherungsvermittler zum Thema Nachfolge im Betrieb befragt. Knapp 500 Vermittler nahmen an der Online-Umfrage teil. Hier erhalten Sie einen Einblick in erste Ergebnisse.

Überalterung trifft auf Nachwuchsmangel und Imageproblematik

Die Problemstellung ist bekannt. Der seit vielen Jahrzehnten schleichende Prozess der Alterung unserer Gesellschaft macht auch vor dem Versicherungsvertrieb nicht halt. Rund 40 Prozent der Vermittler werden in den nächsten 10 bis 15 Jahren ausscheiden. Der geringe Anteil der unter 30-Jährigen (unter 5 Prozent) bestätigt, dass der Versicherungsvertrieb für den Nachwuchs keine bevorzugte Berufsoption darstellt. Dies ist vor dem Hintergrund der anhaltenden Negativberichte in den Medien und der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht verwunderlich. Im Ranking der vertrauenswürdigsten Berufsgruppen liegen Versicherungsvertreter auf dem vorletzten Platz. Es liegt im Interesse der Branche, das vielseitige und wichtige Berufsbild des Versicherungsvermittlers stärker hervorzuheben und positiver in der Öffentlichkeit darzustellen. Dass dies ein langer, aber wichtiger Prozess ist, muss jedem bewusst sein.

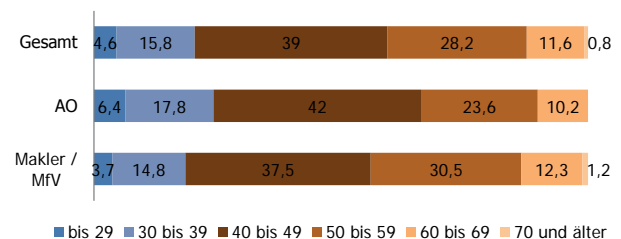


Abbildung 1: Alter der Versicherungsvermittler in Deutschland (Quelle: Matthias Beenken, Versicherungsforen Leipzig GmbH: »Vermittler-PISA«, 2012)

Zusammensetzung der Stichprobe

Die Basis der Untersuchungen bildet eine Stichprobe von 478 Vermittlern. Diese Auswahl setzt sich zu 61,9 Prozent aus Versicherungsmaklern, zu 34,8 Prozent aus Ausschließlichkeitsvertretern sowie zu 3,3 Prozent aus sonstigen Vermittlern zusammen. Unter sonstigen Vermittlern wurden in dieser Studie Mehrfachagenten sowie Vertreter eines Finanzstrukturvertriebs in einer Gruppe zusammengefasst.

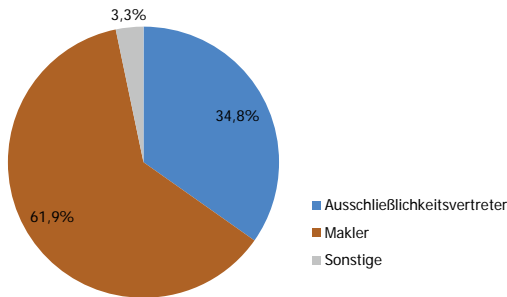


Abbildung 2: Verteilung der Stichprobe nach Vermittlerstatus

Die Teilnehmer stammten vorwiegend aus Einzelunternehmen. So gaben 66 Prozent der Befragten an, als Einzelunternehmen firmiert zu sein. Die Rechtsform der GmbH ist mit 15,9 Prozent in der Stichprobe vertreten.

Eine Betrachtung der Stichprobe nach der Anzahl der beschäftigenden Personen zeigt, dass in nahezu jedem zweiten befragten Unternehmen nicht mehr als zwei Personen inklusive Inhaber tätig sind. 29,7 Prozent der befragten Vermittler geben sogar an, ohne die Unterstützung eines Mitarbeiters zu agieren. Vermittlerbetriebe mit mehr als drei Mitarbeitern bilden zusammen einen Anteil von 31,5 Prozent.

Die Untersuchung der Stichprobe nach erzielten Umsätzen zeigt, dass jeder Zweite der befragten Vermittlerbetriebe einen Umsatz von weniger als 100.000 Euro erzielt. In etwa einem Drittel der Unternehmen werden immerhin durchschnittlich 100.000 Euro bis 250.000 Euro umgesetzt. Nur

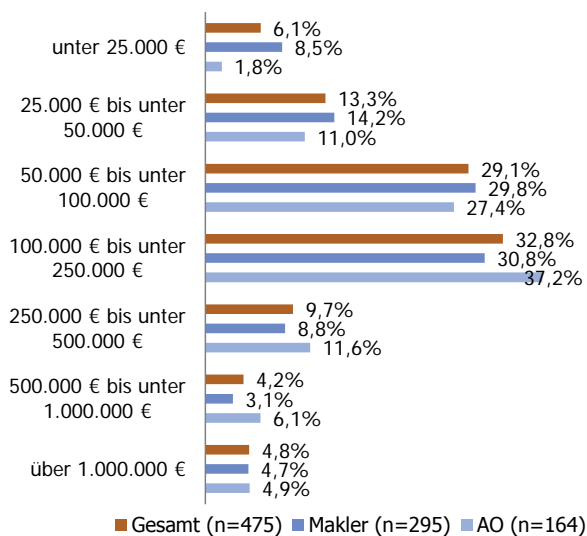


Abbildung 3: Zusammensetzung der Stichprobe nach Jahresumsatz

jeder fünfte Vermittlerbetrieb kann mehr als 250.000 Euro jährlich erwirtschaften. Dies bestätigt die schon in anderen Untersuchungen festgestellte kleingliedrige Struktur des Vermittlermarktes in Deutschland.

Die Mehrheit der Vermittler ist bisher nicht auf die Nachfolge vorbereitet

Obwohl für zwei Drittel der Befragten die »geregelte Nachfolge« einen hohen Stellenwert einnimmt, haben fast ebenso viele (63 Prozent) bisher noch keine Nachfolgeregelungen getroffen. Anders als Makler sehen 30 Prozent der Ausschließlichkeitsvertreter bei der Suche nach einem Nachfolger auch den Versicherer in der Pflicht.

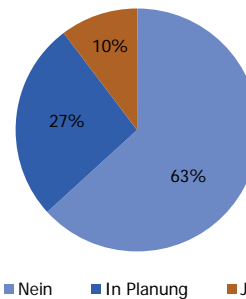


Abbildung 4: Verteilung der Vermittler bzgl. einer Nachfolgeregelung

Die häufigsten persönlichen Abgabegründe sind Gesundheit und der Eintritt in den Ruhestand

Hauptgründe für die Auf- bzw. Abgabe des Vermittlerbetriebs sind der Eintritt in den Ruhestand und gesundheitliche Probleme des Vermittlers. Wird die Nachfolge zum Übergang in den Ruhestand rechtzeitig geplant, sind mögliche Probleme und Hürden bei einem entsprechendem zeitlichen Vorlauf von drei bis fünf Jahren gut lösbar und die aktive Einbindung aller Beteiligten – Versicherer, Mitarbeiter, Kunden – kann gezielt erfolgen. Ein vorzeitiger Ausstieg aus gesundheitlichen Gründen hingegen kann nicht genau geplant werden. Somit ist es besonders wichtig, frühzeitig entsprechende Vorkehrungen zu treffen. Immer wieder stellen wir in unseren Gesprächen mit Inhabern von Vermittlerbetrieben fest, dass dies häufig aber nicht erfolgt. Damit der Notfall nicht zu einer Krise führt, die sich meist auch auf den privaten Bereich des Inhabers ausdehnt, sollten vorbeugende Maßnahmen, wie eine Stellvertreterregelung und die Dokumentation der wichtigsten Prozesse in einem Notfallordner, ergriffen und mit der Stellvertretung durchgesprochen werden.

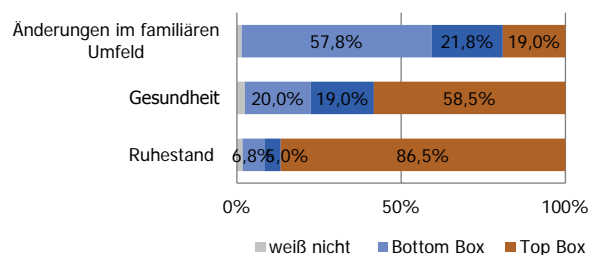


Abbildung 5: Persönliche Abgabegründe*

Die Komplettabgabe und die stufenweise Abgabe sind die favorisierten Abgabeformen

Bei den Abgabeformen zählen die stufenweise Abgabe, die Komplettabgabe und die Einstellung eines Nachfolgers zu den favorisierten Formen. Bei all diesen Formen ist die frühzeitige Planung ein wichtiger Erfolgsfaktor in der Umsetzung. Für Versicherer bieten sich hierbei gute Anknüpfungspunkte zur Unterstützung der Vermittler. Nach unserer Kenntnis nutzen dies aktuell nur wenige Unternehmen, obwohl es in ihrem originären Interesse liegen sollte. So können Versicherer beispielsweise mit innovativen Finanzierungsmodellen sowie bei der Gewinnung und Etablierung passender Nachfolger unterstützen.

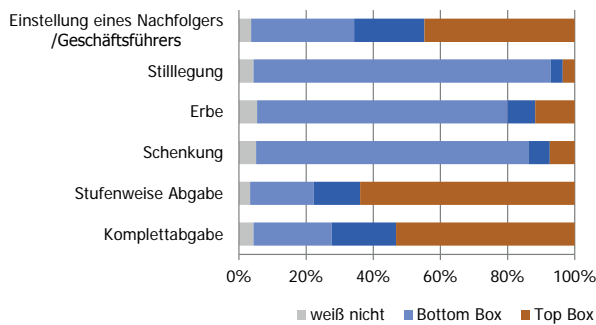


Abbildung 6: Favorisierte Nachfolgelösungen*

Beim Wunschnachfolger gibt es Unterschiede zwischen den Vertriebswegen

Vier von zehn Maklern bevorzugen Wettbewerber und damit den Verkauf bei der Nachfolge. In der Ausschließlichkeit präferiert dagegen jeder Zweite eine interne Lösung durch einen Mitarbeiter.

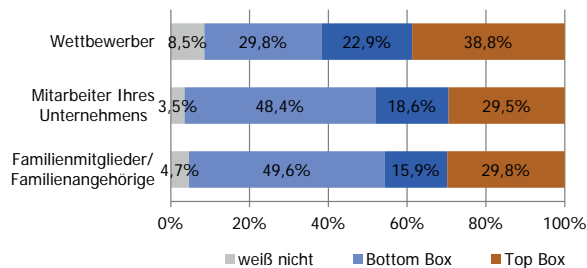


Abbildung 7: Favorisierte Nachfolgelösungen bei Maklern*

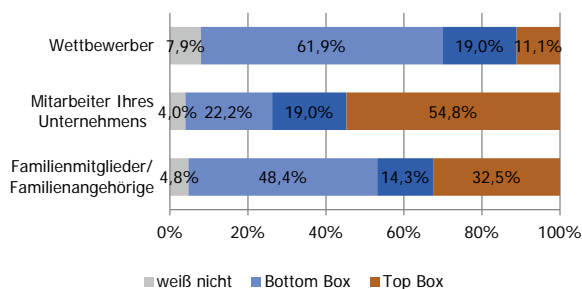


Abbildung 8: Favorisierte Nachfolgelösungen in der Ausschließlichkeit*

Vermittler kennen den Wert ihres Bestands nicht

Obwohl knapp die Hälfte der Vermittler angibt, auf den Unternehmenswert bzw. Ausgleichsanspruch im Rahmen der eigenen Altersvorsorge angewiesen zu sein, hat nur etwa jeder Fünfte seinen Ausgleichsanspruch bzw. Unternehmenswert konkret ermittelt.

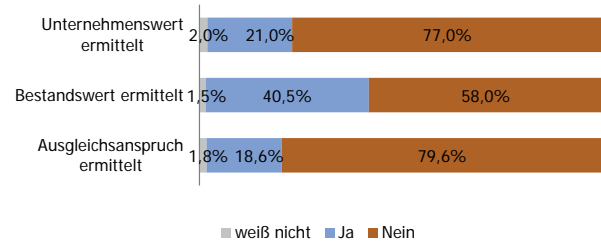


Abbildung 9: Status der Wertermittlung

Nachfolgersuche und Verkaufswert stellen große Herausforderung dar

Das wichtigste Thema, das Finden eines geeigneten Nachfolgers, stellt mit 83,6 Prozent Zustimmung der Befragten gleichzeitig auch das größte Problem dar. War es im Vertrieb schon immer schwer, gute Bewerber zu finden, nimmt dieses Problem aufgrund der demografischen Situation, der Skandalberichterstattung der letzten Jahre und des anhaltend schlechten Images des Vermittlerberufs sowie der schwierigen wirtschaftlichen Situation vieler Vermittlerbetriebe weiter zu. Bei der erforderlichen Verbesserung der Situation sind nicht nur die einzelnen Versicherungsunternehmen und Vermittlerbetriebe gefragt, sondern die gesamte Branche.

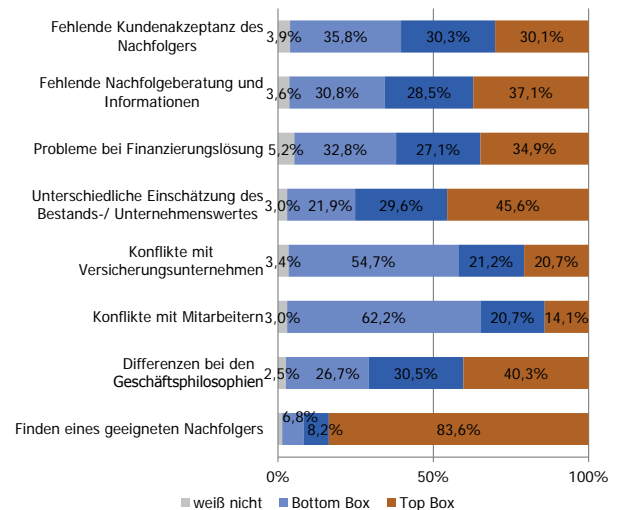


Abbildung 10: Status der Wertermittlung*

Das eigene Netzwerk, Verbände und Versicherer sind die favorisierten Wege bei der Nachfolgersuche

Bei der Suche eines passenden Nachfolgers favorisieren bisher 65 Prozent der Vermittler das eigene Netzwerk. Auch die Versicherer und Verbände sind präferierte Wege. Dagegen stehen Personalberater und Internetportale derzeit nicht im Fokus der Vermittler.

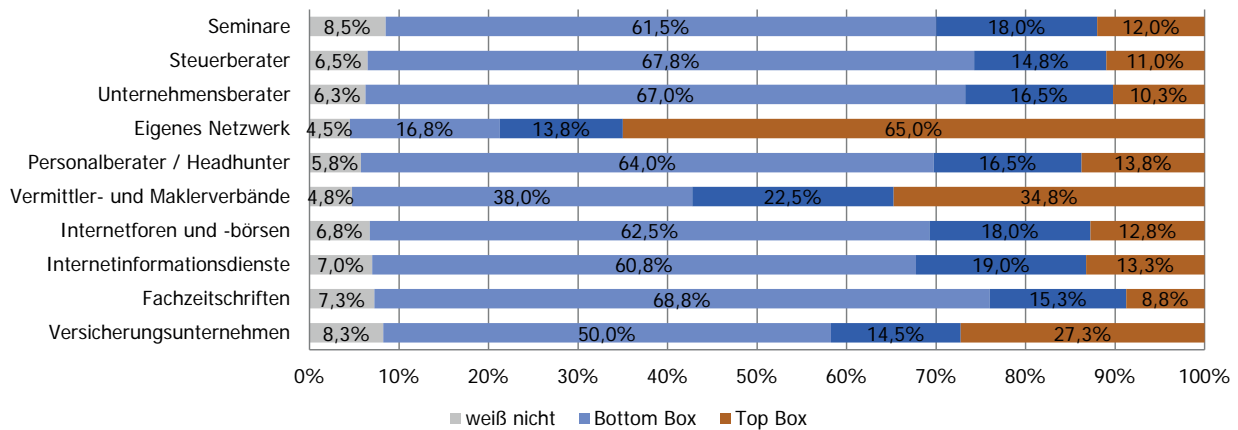


Abbildung 11: Wege bei der Nachfolgesuche*

Die aktuelle Debatte zerstört einen funktionierenden Markt

Fast die Hälfte der Vermittler wird in den kommenden Jahren ausscheiden. Das ist ein gravierendes Problem. Denn bei all dem Wandel, der im Zuge der Digitalisierung auch den Vertrieb von Vorsorge- und Versicherungslösungen verändert und für bestimmte Produkte neue Absatzformen ermöglicht, kommt ein Fakt oft zu kurz: Die überwiegende Zahl der Versicherungsprodukte bietet Versicherungsschutz für existentielle Risiken für Privatpersonen und Unternehmen wie z.B. Unfälle, Berufsunfähigkeit, Pflege sowie unwetterbedingte Schäden am eigenen Haus oder Betrieb. Die Bereitschaft der Menschen, sich eigeninitiativ mit diesen Themen auseinanderzusetzen und Maßnahmen zur Risikominderung, Vorsorge und/oder Auslagerung der Risiken – beispielsweise durch den Abschluss einer Versicherung – zu tätigen, ist nach wie vor gering. Daher ist es für die Gesellschaft von hoher Bedeutung, dass es eine gut ausgebildete Berufsgruppe mit einer entsprechenden Anzahl an Experten gibt, die diese Aufklärungs-, Beratungs- und Vermittlungsfunktionen in möglichst hoher Qualität übernimmt.

Die in den letzten Jahren geführte Debatte um Provisionen, Anreizstrukturen etc. schiebt den »Schwarzen Peter« für Fehlentwicklungen zu einseitig auf die Vermittlerschaft. Im schlimmsten Fall zerstört dies im Zusammenspiel mit der zunehmenden Regulierung, dem demografischen Wandel und der Nachfolgefrage in den nächsten 10 bis 15 Jahren einen weitgehend funktionierenden Markt.

In diesem Zusammenhang arbeiten wir mit unserer praxisorientierten Forschung und den vielfältigen Fachkonferenzen, Arbeitskreisen und Beratungsprojekten dafür, dass durch Dialog ein besseres Verständnis für die Belange der unterschiedlichen Interessengruppen entsteht und die Balance zwischen den Interessengruppen als wichtiger Erfolgsfaktor stärker im Lösungsfindungsprozess berücksichtigt wird.

Die Lösung der Nachfolgefrage erfordert in diesem Zusammenhang enorme Anstrengungen aller Beteiligten. Dass die Qualität der Aus- und Weiterbildung dabei eine Schlüsselrolle spielt, haben alle Seiten erkannt.

Doch die Frage, warum sich junge Menschen für einen Beruf im Vertrieb mit einerseits schlechtem Image und ohne realistische Aussicht auf ein attraktives Einkommen sowie andererseits hohen fachlichen und sozialen Anforderungen entscheiden sollten, findet bisher viel zu wenig Beachtung.

Haben Sie Interesse an weiteren Ergebnissen der Studie? Wenden Sie sich einfach an gaertner@versicherungsforen.net. Mitarbeitern unserer Partnerunternehmen stellen wir eine Zusammenfassung der Erstauswertung kostenfrei zur Verfügung.

AUTOREN



Mario Gärtner
Leiter »Kompetenzfeld Vertrieb«
Versicherungsforen Leipzig



Sascha Noack
Projektreferent
Versicherungsforen Leipzig



Rico Gribbe
Student (Versicherungswirtschaft) an der Staatlichen Studienakademie Dresden

Anmerkungen

* Skala von 1 = trifft gar nicht zu bis 5 = trifft voll zu

Nachfolgemanagement und Bestandsvermittlung im Maklermarkt

Interview mit Dr. Stefan G. Adams – Geschäftsführer, Dr. Adams & Associates GmbH & Co KG

Das Nachfolgemanagement ist ein Kernthema für Dr. Stefan G. Adams. In seiner Tätigkeit unterstützt er Maklerunternehmen und Vertriebsgesellschaften seit mehreren Jahren bei ihren Kauf- und Verkaufstransaktionen. Im Interview erläutert er, was bei der Vorbereitung und Umsetzung der Nachfolge zu beachten ist.

Der Versicherungsvertrieb sieht sich aktuell großen Herausforderungen gegenüber. Insbesondere die Themen Provisionsverbot, Provisionsdeckelung und Haftungsverlängerung treiben die selbstständigen Vermittler um. Wie schätzen Sie die aktuellen Entwicklungen ein und inwieweit werden sie Auswirkungen auf das Geschäft der Versicherungsmakler sowie den (Ver-)Kauf von Maklerunternehmen haben?

Die am Markt erzielbaren Verkaufspreise für Maklerunternehmen werden durch die genannten regulatorischen Eingriffe des Gesetzgebers weiter zurückgehen. Das Angebot an Unternehmen wird signifikant zunehmen, da die regulatorischen Auswirkungen für viele Maklerunternehmen geringere Einnahmen und häufig den Verlust der ökonomischen Basis bedeuten. Neben den regulatorischen Eingriffen hat insbesondere auch die demografische Entwicklung negative Auswirkungen auf die Kaufpreise. Stellt man die geburtenstarken Jahrgänge, die primär in den nächsten Jahren als Verkäufer auftreten, der Anzahl an potentiellen Käufern – primär geburtenschwache Jahrgänge – gegenüber, so lässt sich für verschiedene Jahre rechnerisch ein Angebotsüberhang von ca. 40 Prozent prognostizieren. Die zunehmende Finanzierungsproblematik dieser potentiellen Käufer, u.a. begründet durch die Bankenregulierung in Basel III, verstärkt den Angebotsüberhang und damit den Kaufpreisverfall zusätzlich. Auch für Maklerunternehmen gilt: Angebot und Nachfrage definieren die Kaufpreise.

Die Studie »Nachfolgemanagement im Versicherungsver-

trieb« hat aufgezeigt, dass zwei von drei Vermittlern aktuell noch keine Nachfolgeregelung getroffen haben, obwohl jeder zweite Vermittler bereits 50 Jahre oder älter ist. Ab wann empfehlen Sie einem Makler, sich mit dem Thema Nachfolge auseinanderzusetzen und wie viel Zeit sollte von Verhandlungsbeginn bis Abschluss eingeplant werden?

Jeder Makler muss den Zeitpunkt in Abhängigkeit seiner persönlichen Lebensplanung selbst bestimmen, sodass sich kein ideales »Verkaufsalter« nennen lässt. Sofern strukturelle und gesellschaftsrechtliche Veränderungen zum seriösen »Braut verschönern« notwendig sind, sollte man für den Prozess ein bis drei Jahre einplanen. Kann der Verkaufsprozess mit dem Erstellen eines qualifizierten Bewertungsgutachtens, das im Zeitverlauf als Verkaufsexposé eingesetzt wird, begonnen werden und dann unmittelbar mit potentiellen Kaufkandidaten verhandelt werden, so kann man i. d. R. mit sechs bis neun Monaten bis zum Vertragsabschluss planen. Ausnahmen bestätigen auch hier die Regel. 12 bis 15 Monate bis zum Vertragsabschluss sind auch nicht ungewöhnlich.

Das Problem einer unzureichenden Vorbereitung auf die Nachfolgesituation in Maklerunternehmen betrifft nicht zuletzt auch die Versicherungsunternehmen selbst. Was würden Sie einem Versicherungsunternehmen mit ausgeprägtem Maklervertrieb raten, wie es diesen Entwicklungen entgegenwirken kann? Kann das Versicherungsunternehmen hierbei eine unterstützende Funktion einnehmen?

Nach unserer Wahrnehmung bietet aktuell kein Versicherer eine systematische und strukturierte Unterstützung bezüglich der Altersnachfolge. Bei der Vielzahl möglicher Strategien kann ich hier nur ein nach meiner Wahrnehmung sehr effizientes Instrument nennen. Ziel eines Versicherers sollte eine engere Bindung der zukünftig immer wichtigeren jüngeren Käuferschaft an den jeweiligen Versicherer sein. Der Unternehmenskauf bedeutet für jeden Käufer den Einsatz

hoher finanzieller Mittel, die insbesondere den jungen Maklerunternehmen häufig fehlen. Hier können Versicherer mit innovativen Finanzierungsmodellen unterstützen, wodurch die Bindung zum Versicherer stark verbessert würde. Selbstverständlich sind verschärfte Compliance-Regeln in diesem Zusammenhang zu beachten. Wir beobachten in unserer Zusammenarbeit eine kleine Anzahl von Versicherern, die auf diesem Geschäftsfeld bereits unterwegs sind und sich hierdurch signifikante Wettbewerbsvorteile für die Zukunft verschaffen.

Bei Betrachtung der aktuellen Entwicklungen in der Versicherungswirtschaft werden zahlreiche Makler aktuell über den Verkauf ihres Unternehmens nachdenken. Halten Sie es mit Blick auf die aktuelle Marktlage für ratsam, einen Verkauf anzustreben und wenn ja, was würden Sie einem Makler unbedingt mit auf den Weg geben, der zeitnah seinen Maklervertrieb veräußern möchte?

Zunächst benötigt jeder Verkäufer eine realistische Einschätzung bezüglich des Wertes seines Unternehmens. Diese Unternehmensbewertung sollte aufgrund der Komplexität durch einen erfahrenen Spezialisten mit entsprechend nachweisbaren und tiefgehenden Branchenkenntnissen durchgeführt werden. Die im Anschluss auf Basis der Bewertung und des ermittelten Kaufpreises zu führenden Gespräche und Verhandlungen sind nur sinnvoll, wenn die potentiellen Käufer im Vorfeld ihre Bonität belegen können. Die Ernsthaftigkeit der Verhandlungen muss durch verschiedene Dokumente im Verhandlungsverlauf beiderseitig erklärt und unterzeichnet werden. Die wirtschaftlichen Ziele und Vereinbarungen beider Parteien sollten detailliert abgestimmt und dokumentiert sein, bevor steuerliche oder juristische Berater einbezogen werden, da für beide Parteien kaufmännische Ziele und Entscheidungen im Vordergrund stehen. Die Übergabephase, das heißt die Gestaltung der Unterstützung des Verkäufers nach dem wirtschaftlichen Übergang, sollte gleichfalls Gegenstand der Verhandlungsrunden sein. Der gesamte Veräußerungsprozess verläuft absolut »geheim«, um Kunden- und Bestandsverluste oder Irritationen der Mitarbeiter zu vermeiden.

Die Frage, inwieweit jetzt der richtige Zeitpunkt zum Verkauf gekommen ist, muss jeder Marktteilnehmer für sich selbst beantworten. Fakt ist, dass die Kaufpreise aus den genannten Gründen in den nächsten zehn Jahren permanent fallen werden. Wer über diesen Zeitraum hinaus denkt, muss sich nicht zwingend mit einem Verkauf beschäftigen. Wer in einem kleineren Zeitintervall denkt, sollte sich zeitnah als Verkäufer positionieren.

Wir danken Dr. Stefan G. Adams für das Interview.

Literaturhinweise und Links

Hard disclosure bald Realität

Quelle: Versicherungsmagazin.de

online unter: <http://www.versicherungsmagazin.de/Aktuell/Nachrichten/195/21609/Hard-disclosure-bald-Realitaet.html>

Autor: Matthias Beenken

Datum: 4.6.2014

Wie der kürzlich eingereichte Entwurf eines »Gesetzes zur Absicherung stabiler und fairer Leistungen für Lebensversicherte«, kurz Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG), den Versicherungsvertrieb beeinflusst, ist Inhalt des vorliegenden Artikels.

Der Gesetzesentwurf sieht eine Erweiterung der Beratungs- und Dokumentationspflichten vor, die unter anderem die Offenlegung der Vergütungen der Vermittler betreffen. Kritisch sieht der Autor hier mögliche Unterschiede zwischen Provisionsvereinbarungen und Abschlusskalkulationen, wie sie die Produktinformationsblätter vorsehen, die zu Unverständnis auf Seiten der Kunden führen könnten. Auch gibt es keine genaue Abgrenzung des Begriffs Provision, wodurch die anvisierte Vergleichbarkeit von Versicherungsverträgen ins Leere läuft.

Als Begründung der Maßnahmen nennt der Gesetzesentwurf das langanhaltende Niedrigzinsumfeld, dem der Autor, gerade in Bezug auf die Neuregelung der Bewertungsreserven und Ausschüttungsverbote, zustimmt. Die geplante Absenkung der Abschlusskosten lässt sich auf diese Weise jedoch nicht vollständig rechtfertigen, da zusätzlich eine höhere Zahlungsbereitschaft von Seiten der Kunden notwendig wäre.

Zudem sieht der Autor in dem Gesetzesentwurf eine versteckte politische Förderung der Honorarberatung, welche jedoch nicht konsequent verfolgt wird und somit auch keinen Durchbruch für alternative Vergütungsformen erreichen kann.

Makler sehen Kürzung der LV-Vergütung gelassen

Quelle: Portfolio-international.de

online unter: <http://www.portfolio-international.de/newsdetails/article/makler-sehen-kuerzung-der-lv-vergue-tung-gelassen.html>

Autor: Detlef Pohl

Datum: 10.6.2014

Der sich in Abstimmung befindende Entwurf des Lebensversicherungsreformgesetzes sieht unter anderem die Senkung der Abschlussvergütung von 40 auf 25 Promille vor. Dass dies jedoch nur einen geringen Teil der Makler wirklich trifft, zeigt der Autor des vorliegenden Artikels.

Laut einer aktuellen Studie belegen Kapital-Lebensversicherungen (wie klassische Rente, Basisrente und Einmalbeitragsrente) die hintersten Plätze, wenn Makler ihre Produkte nach Umsatzanteilen bewerten sollen. Im Fünfjahres-Trend wird sogar noch mit einem weiteren Rückgang dieser Anteile gerechnet, sodass die Senkung der Abschlussvergütungen kaum Auswirkungen auf das Geschäftsmodell der Makler haben wird. Schwerer werden die Makler hingegen die Offenlegungspflichten des Gesetzesentwurfs treffen, so die Ansicht des Autors.

Hinter Jalousien

Quelle: Versicherungsvertrieb, Heft 3/2014, S. 10 ff.

Autor: Sabine Brunotte

Datum: 6/2014

Maklerpools lösen seit jeher gemischte Gefühle aus: Der Großteil der ungebundenen Vermittler setzt zwar auf Kooperationen mit Pools und Verbänden, dennoch lehnt jeder fünfte Makler solche Bündnisse ab. Viele Kleinmakler haben mittlerweile jedoch nicht mehr die Möglichkeit zu wählen. Aufgrund fehlender Direktanbindungen zu den Versicherern

und sinkenden Einkommen werden die Serviceangebote verschiedener Pools (z.B. Kundenverwaltungssoftware) immer attraktiver. Doch wie lange sich die Pools diese Angebote noch leisten können, ist fraglich. Das Niedrigzinsumfeld und die drohenden Courtage-Deckelungen drücken die Ergebnisse, sodass neue Strategien nötig werden.

Wie Makler den richtigen Pool für sich finden können, ist Thema des zweiten Teils des Artikels. Hier sei es entscheidend, dass Geschäftsmodell und -feld zu den eigenen Vorstellungen passen. Auch die Transparenz und Unabhängigkeit des Maklerpools gilt es im Vorfeld genau zu untersuchen ebenso wie die angebotenen Serviceleistungen und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Aus dem Inhalt:

- Kleine Makler haben es schwer
- Auf den Pool-Service angewiesen
- Pools kämpfen um Provisionen
- Abhängigkeit vom Produktgeber
- Welcher Pool passt zu mir?
- Ist meine Courtage sicher?

Vertrieb ist eben ein hartes Brot

Quelle: [Versicherungsvertrieb Heft 1/2014, S. 22 ff.](#)

Autor: [Wolfgang Otte](#)

Datum: 2/2014

Der vorliegende Artikel begleitet den normalen Arbeitsalltag eines Versicherungsvermittlers und zeigt, dass mit dem bloßen Verkauf von Versicherungspolice die Arbeit noch keinesfalls erledigt ist. Besonders die Regulierungsvorschriften haben die Beratung in den letzten Jahren komplexer gemacht, was nicht nur auf Seiten des Vermittlers, sondern auch auf Seiten des Kunden nicht immer auf Verständnis stößt. Zudem werden Aufgaben der Hauptverwaltung einer Versicherung, wie die Erfassung und Pflege von Kundendatensätzen, zunehmend in den Außendienst ausgelagert, weshalb sich der Vermittler vom Berater zum Datenmanager entwickeln muss. Dennoch darf der Beratungsprozess nicht auf der Strecke bleiben, denn letztlich stellen eine hohe Beratungsqualität, Produktkompetenz und Kundenbetreuung den Kern der Arbeitsleistung eines Versicherungsvermittlers dar.

Aus dem Inhalt:

- Verwaltungsaufwand hat zugenommen
- Bessere Beratung durch Spezialisierung
- Handlungsempfehlung zum Umgang mit technologischen Trends/Innovationen

Versicherungsforen in eigener Sache

Versicherungsforen-Themendossier: Themenplanung 2014

Das nächste Themendossier erscheint am 30. Juni als Trendletter und befasst sich mit aktuellen Entwicklungen in der Versicherungswirtschaft.

Ihre Kollegen möchten auch unser Themendossier abonnieren? [Hier](#) gelangen Sie zur Abo-Liste, in der sich interessierte Mitarbeiter unserer Partnerunternehmen eintragen können.

Wir sind bestrebt, Sie im Rahmen unserer Themendossiers stets über aktuelle und spannende Themen zu informieren. Sollten Sie ein Wunschthema haben, welches sich noch nicht in unserer Übersichtstabelle befindet und über das Sie gern einmal lesen möchten, setzen Sie sich bitte mit uns in Verbindung. Wir würden uns freuen, Ihre Themenwünsche berücksichtigen zu können. Selbstverständlich besteht für Sie auch die Möglichkeit, eigene Beiträge (z.B. Studien, Interviews, Erfahrungsberichte) im Rahmen unserer Themendossiers zu platzieren.

Wir freuen uns auf Ihre Anregungen!

Ihre Ansprechpartnerin:
Sabine Müller-Gora
T +49 341 98988-220
E mueller-gora@versicherungsforen.net

Fachkonferenz Vertriebsmanagement 2015 – Umweltveränderungen, Auswirkungen, Lösungen

www.versicherungsforen.net/vertriebsmanagement

Termin: 21./22. Januar 2015

Veranstaltungsort: Leipzig

Ruhig wird es im Versicherungsvertrieb nicht: Solvency II befindet sich in der Umsetzung, die IMD2-Richtlinie ist in den finalen TRILOG-Abstimmungen und proaktive Branchen-

maßnahmen wie die Initiative »gut beraten«, der Code of Conduct oder der GDV-Verhaltenskodex binden wertvolle Personal- und Investitionskapazitäten. Darüber hinaus bestimmen Diskussionen um Provisionsdeckelungen sowie das Niedrigzinsumfeld die Vertriebsausrichtungen der Versicherungsunternehmen.

Um gemeinsam mit Experten aus Politik und Versicherungswirtschaft die aktuellen Veränderungen im regulatorischen und vertrieblichen Marktumfeld aufzuarbeiten und mögliche Lösungsansätze zu diskutieren, laden wir Sie herzlich zu unserer Fachkonferenz »Vertriebsmanagement 2015 – Umweltveränderungen, Auswirkungen, Lösungsansätze« nach Leipzig ein.

Die Themenschwerpunkte der Fachkonferenz lauten:

- Aktueller Stand zur Vertriebsregulierung (IMD2, PRIIPS, GDV-Verhaltenskodex, Provisionsdeckelung etc.)
- Erfolgsfaktoren in der Neu- und Weiterentwicklung von Vertriebs- und Beratungsprozessen
- Wie gelingt der Wandel zum ganzheitlichen, kundenorientierten Vertrieb (Produkt- vs. Lösungsverkauf)?

Weitere Informationen zum aktuellen Programm und den Anmeldemöglichkeiten finden Sie unter www.versicherungsforen.net/vertriebsmanagement

Ihre Ansprechpartnerin:
Wenke Kraft
T +49 341 98988-276
E kraft@versicherungsforen.net

Partnerkongress 2014: Innovationsmarktplatz für die Versicherungswirtschaft

www.versicherungsforen.net/partnerkongress

Termin: 23./24. September 2014

Veranstaltungsort: Leipzig

Wie sieht der Status quo zum Thema Innovationsfähigkeit

in der Assekuranz aus? Wo gibt es Nachbesserungsbedarf? Und was sagen die Experten der Branche hierzu? Diese und viele weitere Fragen möchten wir auf dem diesjährigen Partnerkongress diskutieren und die Branche zum »Anders-Denken« ermutigen. Wir setzen uns selbst die Kundenbrille auf und laden dazu ein, künftige Bedarfsfelder der Kunden zu ergründen. Im Rahmen von drei parallelen Themenwelten vertiefen wir diese Zukunftspotenziale aus praktischer und wissenschaftlicher Sicht. Darüber hinaus bieten wir Innovatoren und Querdenkern Raum für die Vorstellung ihrer Ideen. Auf diesem Wissensfundus steigen wir in gemeinsame Diskussionen ein, um künftige Handlungspotenziale für die Branche abzuleiten.

Mit dem Partnerkongress, der Jahresveranstaltung für die Partnerunternehmen der Versicherungsforen Leipzig, möchten wir in jedem Jahr ein Stück des gemeinsamen Erfolgs an unsere rund 190 Partnerunternehmen zurückgeben und uns vor allem für die konstruktive und inspirierende Zusammenarbeit bedanken. Als Partnerunternehmen stehen Ihnen **zwei Freikarten** für den ersten Veranstaltungstag zur Verfügung.

Der zweite Veranstaltungstag steht im Zeichen der unternehmens- und themenübergreifenden Weiterbildung. Dazu bieten wir jeweils ganztägige Workshops zu wechselnden Themen an. Wir würden uns freuen, wenn Sie sich diesen Termin schon einmal vormerken. Alle Informationen und Neuigkeiten zum Programm und zur Anmeldung finden Sie unter www.versicherungsforen.net/partnerkongress

Ihre Ansprechpartnerin:
Kathleen Joost
T +49 341 98988-277
E joost@versicherungsforen.net

19. Arbeitstreffen der User Group »Aktuelle Fragen im Versicherungsvertrieb«

www.versicherungsforen.net/vertrieb

Termin: 26./27. November 2014

Veranstaltungsort: Dortmund

Auf dem deutschen Versicherungsmarkt hat sich die Einsicht durchgesetzt, dass Profitabilität im Versicherungsgeschäft nicht mehr allein durch reines Wachstum zu erzielen ist. Diese Erkenntnis hat Auswirkungen auf die Steuerung und Ausgestaltung des Versicherungsvertriebs. Die Assekuranzen müssen kritisch prüfen, welche Vertriebskanäle und Kunden den Wert des Unternehmens nachhaltig steigern. Die Erhöhung der Vertriebseffizienz und der -produktivität sowie der Einsatz wertorientierter Vergütungssysteme werden in diesem Kontext zu wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Zusätzlich müssen die Auswirkungen der VVG-Reform, der EU-Vermittlerrichtlinie sowie des Alterseinkünftegesetzes auf den Vertrieb berücksichtigt werden. Die User Group »Aktuelle

Fragen im Versicherungsvertrieb« verfolgt vor diesem Hintergrund das Ziel, in den Arbeitstreffen aktuelle und drängende Fragestellungen rund um das Thema »Vertrieb« mit den teilnehmenden Unternehmen zu diskutieren und Lösungsansätze zu erarbeiten.

Weitere Informationen zum aktuellen Programm und den Anmeldemöglichkeiten finden Sie unter www.versicherungsforen.net/vertrieb.

Ihre Ansprechpartnerin:
Franziska Köllmer
T +49 341 98988- 272
E koellmer@versicherungsforen.net

1. Arbeitstreffen der User Group »Maklerbetriebe und Mehrfachagenten im Umbruch«

www.versicherungsforen.net/mmu

Termin: 2./3. Juli 2014

Veranstaltungsort: Köln

Der deutsche Versicherungsmarkt befindet sich im Strukturbruch und wird durch Megatrends – wie etwa dem demographischen Wandel, neuen Technologien oder sich stetig ändernden rechtlichen Rahmenbedingungen wie IMD2 etc. – beeinflusst. Mehr denn je sind Vermittlerbetriebe angehalten, solche Veränderungen zu erkennen, sie kritisch zu hinterfragen und sich den neuen Gegebenheiten anzupassen. Der Fokus sollte dabei auf Vertriebsaktivitäten und Kunden liegen, welche den Wert des Unternehmens nachhaltig steigern. Die Erhöhung der Vertriebseffizienz und der Vertriebsproduktivität durch den Einsatz bewährter und neuer Methoden sowie betriebswirtschaftlicher Instrumente werden in diesem Kontext zu wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Die User Group verfolgt vor diesem Hintergrund das Ziel, in den Arbeitstreffen aktuelle und drängende Fragestellungen rund um das Thema »Maklerbetriebe und Mehrfachagenten im Umbruch« mit den teilnehmenden Unternehmen zu diskutieren und Lösungsansätze zu erarbeiten. Die Themenschwerpunkte des Arbeitstreffens lauten:

- Die Organisation der Aus- und Weiterbildung des Maklerbetriebs im Rahmen der Anforderungen aus IMD2
- Auswirkungen geänderter Vergütungsregelungen infolge IMD2 und mögliche Strategien für den Maklerbetrieb
- Positionierung des Maklers als attraktiver Arbeitgeber: Was kann man tun?

Weitere Informationen zum aktuellen Programm und den Anmeldemöglichkeiten finden Sie unter www.versicherungsforen.net/mmu.

Ihre Ansprechpartnerin:
Constanze Hildebein
T +49 341 98988-278
E hildebein@versicherungsforen.net

7. Arbeitstreffen der User Group »Strategische Handlungsoptionen für Versicherer im Maklermarkt in Österreich und Deutschland«

www.versicherungsforen.net/makler

Termin: 16./17. Oktober 2014

Veranstaltungsort: Wien

Die Maklermärkte in Österreich und Deutschland befinden sich in einem unterschiedlichen Reifegrad. Gleichwohl sehen sich beide Märkte mit den selben europäischen Herausforderungen konfrontiert. Die verschiedenen Strukturen und Profile der Makler stellen hohe Anforderungen an eine differenzierte Maklerbetreuung durch die Versicherungsunternehmen. An dieser Stelle setzt die User Group »Strategische Handlungsoptionen für Versicherer im Maklermarkt in Österreich und Deutschland« an und verfolgt unter Wahrung der wettbewerbsrechtlichen Neutralität das Ziel, in den Arbeitstreffen aktuelle und drängende Fragestellungen rund um das Thema »Maklervertrieb« mit den teilnehmenden Versicherungsgesellschaften zu diskutieren und innovative Lösungsansätze und Strategien zu erarbeiten.

Die Themenschwerpunkte des Arbeitstreffens lauten:

- Die Rolle des Maklerbetreuers - Anforderungen an Skills, Organisation in dem sich veränderten Versicherungsmärkten in Deutschland und Österreich (Fortsetzung)
- Vergütungssysteme im Maklervertrieb - Veränderungen und Lösungsoptionen
- Österreichischer MaklerDatenSatz (OMDS) - Status der Initiative zur zentralen Maklerplattform

Weitere Informationen zum aktuellen Programm und den Anmeldemöglichkeiten finden Sie unter www.versicherungsforen.net/makler.

Ihre Ansprechpartnerin:

Constanze Hildebein

T +49 341 98988-278

E hildebein@versicherungsforen.net

Wir sind immer bestrebt, das bestehende Leistungsportfolio der Forenpartnerschaft um attraktive neue Angebote zu erweitern. Wir möchten Ihnen auf dieser Seite vorstellen, welche Leistungsbestandteile und Neuerungen unsere Partnerunternehmen und deren Mitarbeiter seit diesem Jahr zusätzlich nutzen können.

■ ■ ■ **Versicherungsforen Leipzig**

Neue Leistungen der Forenpartnerschaft

FÜR DEN SCHNELLEN ÜBERBLICK: ZAHLEN, DATEN, FAKTEN



- Downloadbereich mit aktuellen Zahlen, Daten und Fakten zu versicherungswirtschaftlichen Themen
- Fortwährend erweitert und regelmäßig aktualisiert
- Aussagekräftige Charts für einen schnellen und detaillierten Überblick über relevante Branchenthemen
- Praktisch: Die Präsentationen können auch im PowerPoint-Format angefordert werden und lassen sich so mit einem Klick in das eigene Corporate Design überführen.

www.versicherungsforen.net/daten-fakten

THEMENDOSSIER: NEUES FORMAT UND MEHR VIELFALT



Neugestaltung des Themendossiers, das Abonnement enthält nun:

- 12 Ausgaben zu jeweils einem spezifischen Branchenthema, das anhand von Fachartikeln, Experteninterviews, Erfahrungsberichten etc. aufbereitet wird,
- 8 Statistik-Ausgaben mit relevanten Zahlen und Fakten zu speziellen Themenbereichen,
- 4 Ausgaben zu »Aktuellen Entwicklungen in der Versicherungswirtschaft« (ohne thematische Einschränkung).

www.versicherungsforen.net/themendossier

IMMER AUF DEM LAUFENDEN: SONDERKONDITIONEN FÜR STUDIEN AUF marktforschung.de



- Vorstellung neuer Studien rund um die Versicherungswirtschaft in Kooperation mit marktforschung.de, dem Portal für Marktforschung, Studien und Beratung
- Sonderkonditionen für Forenpartner beim Erwerb von Studien über marktforschung.de

www.versicherungsforen.net/studien_marktforschung

IHRE ANSPRECHPARTNER

Sabine Müller-Gora – Leiterin Partnerbetreuung | T +49 341 98988-220 | F +49 341 98988-9199 | E mueller-gora@versicherungsforen.net
Bastian Mörstedt – Referent Partnerbetreuung | T +49 341 98988-221 | F +49 341 98988-9199 | E moerstedt@versicherungsforen.net

Impressum

Autor(en) des vorliegenden Themendossiers

Mario Gärtner et al.

T +49 341 98988-240

E gaertner@versicherungsforen.net

Titelbild: © Marco2811 - Fotolia.com

Feedback zum vorliegenden Themendossier

Wenn Sie uns Ihre Meinung mitteilen möchten, würde uns das sehr freuen. Vielleicht gibt es ja ein spezielles Thema, über das Sie im Themendossier einmal lesen möchten? Haben Sie weitere Fragen und Anregungen oder Anlass zur Kritik? In jedem Fall freuen wir uns über eine Nachricht von Ihnen. Bitte senden Sie Ihre Kommentare an

Sabine Müller-Gora

T +49 341 98988-220

E mueller-gora@versicherungsforen.net

Abonnement des Themendossiers

Aufgrund der Partnerschaft Ihres Unternehmens mit den Versicherungsforen Leipzig steht Ihnen das Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers unternehmensweit zur Verfügung! Gern können Sie deshalb weitere Empfänger aus Ihrem Haus registrieren lassen. Dazu genügt eine kurze E-Mail an kontakt@versicherungsforen.net mit dem Betreff »subscribe Themendossier«. Eine Übersicht über alle Partnerunternehmen finden Sie unter www.versicherungsforen.net/partner.

Abbestellen des Themendossiers

Sie wollen das Themendossier in Zukunft nicht mehr empfangen? Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff »unsubscribe Themendossier« an kontakt@versicherungsforen.net.

(Probe-)Zugangsdaten für

www.versicherungsforen.net

Sehr gern richten wir für Sie (Probe-)Zugangsdaten für unsere passwortgeschützte Wissensdatenbank ein. Bitte benutzen Sie dafür den Button »Neu Anmelden« auf der Plattform www.versicherungsforen.net.

Downloadbereich mit aktuellen Zahlen und Fakten zur Versicherungswirtschaft

Im Downloadbereich unter www.versicherungsforen.net/daten-fakten finden unsere Partner aktuelle Zahlen, Daten und Fakten zu verschiedenen versicherungswirtschaftlichen Themen. Diese werden fortwährend erweitert und regelmäßig aktualisiert. Aussagekräftige Charts sorgen für einen schnellen und detaillierten Überblick über relevante Branchenthemen. Sie möchten diese Informationen in Ihre Präsentationen einbinden? Dann stellen wir Ihnen die Zahlen, Daten und Fakten gern im neutralen Power-Point-Format zur Verfügung, das Sie mit einem Klick in das eigene Corporate Design überführen können.

Versicherungsforen Newsletter

Wenn Sie regelmäßig per E-Mail über Aktualisierungen im Bereich »Wissen« auf www.versicherungsforen.net, Veröffentlichungen, gegenwärtige Veranstaltungen sowie Nachrichten aus unserem Partnernetzwerk informiert werden möchten, senden Sie bitte einfach eine E-Mail mit dem Betreff »subscribe Newsletter« an kontakt@versicherungsforen.net. Diesen Service bieten wir auch für Nicht-Partnerunternehmen kostenfrei an.

© 2014 Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | T +49 341 98988-0 | F +49 341 98988-9199 | E kontakt@versicherungsforen.net | I www.versicherungsforen.net

Geschäftsführung: Dipl.-Winf. Jens Ringel, Dipl.-Kfm. Markus Rosenbaum | Amtsgericht Leipzig HRB 25803 | Ust.IdNr.: DE268226821

Bankverbindung: Sparkasse Leipzig | BLZ 860 555 92 | Kontonummer 1100 9541 27 | SWIFT-BIC: WELA DE 8 L | IBAN: DE 41 8605 5592 1100 9541 27

