

Für jeden (Versicherungs)Fall gewappnet

Klarer Fall – jeder Makler ist auch dem eigenen Wohl verpflichtet. Deshalb reicht es nicht, dem Lockruf der Versicherer mit profitabilem Kompositgeschäft blindlings zu folgen. Wer in diesem Bereich erfolgreich agieren möchte, sollte sich über die Unterschiede im privaten und gewerblichen Bereich bewusst sein – auch über die voneinander abweichenden Anforderungen bei der Beratung.

Komposit, Komposit und noch einmal Komposit – wer Maklerveranstaltungen von Versicherungsunternehmen besucht, kommt um diesen Themenblock kaum noch herum. Vor dem Hintergrund von Solvency II, aber auch anlässlich der weiter andauernden Niedrigzinsphase und zur Reduzierung des Provisionsdrucks, setzen die Gesellschaften – so weit von der Konzernstruktur her möglich – auf den Bereich Sachversicherung. Ganz abgesehen davon, dass er in weiten Teilen besonders bestandsfest ist und dem Vertrieb zudem ein breites Cross-Selling erlaubt.

Privat- oder Gewerbegeschäft?

Makler stehen mitunter vor der Frage, welcher Teilbereich für sie vom individuellen Kenntnisstand, aber auch vom vertretbaren Aufwand her am einfachsten zu betreuen ist – das Privat- oder das Gewerbegeschäft? Und wo sie den größeren Geschäftserfolg erwarten können, ob kurz- oder langfristig. Markus Kiener, geschäftsführender Gesellschafter der Fonds Finanz Maklerservice GmbH: „Sach-, Haftpflicht, Unfall, Kfz

und Rechtsschutz sind bei Kompositversicherungen die klassischen Sparten. Sie zählen für Makler noch immer zu einem sehr chancenreichen Segment, weil es beim Kunden hierfür immer Bedarf gibt.“ Kompositversicherungen seien in vielerlei Hinsichten erfolversprechend: Der Vermittler könne mit Sach-Produkten eine langjährige Kundenbindung etablieren und sich einen soliden Bestand aufbauen, der einen sicheren Verdienst mit sich bringe. Die langfristige Betreuung des Bestands eröffne dem Makler dann immer wieder Ansätze für Beratungsgespräche, weil sich die Rahmenbedingungen hier häufiger änderten. Bei vermögenden Kunden gehe es vor allem um eine vollumfängliche Absicherung, die ein Makler in seinen Angeboten ebenfalls mitberücksichti-

gen könne. Kiener: „Sehr beliebt und erfolversprechend ist außerdem das kleine und mittlere Gewerbegeschäft. Dabei stellen wir eine große Nachfrage und eine deutliche Tendenz zur Spezialisierung auf IT-Unternehmen fest.“ Das sei darin begründet, dass es zum einen entsprechende Deckungskonzepte und Branchenlösungen dafür gebe und dass zum anderen immer wieder neue IT-Unternehmen gegründet würden. Prinzipiell gelte: Die Gewerbesachversicherung mache wirtschaftlich für jeden Makler Sinn, setze aber den Willen zur Auseinandersetzung mit der Thematik voraus. Die Vermittlung von Gewerbesachversicherungen sei nämlich vor allem dann erfolgreich, wenn der Makler gewisse Branchenkenntnisse in die Betreuung einbringen könne.



Uwe Schumacher
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender
DOMCURA AG



Markus Kiener
Geschäftsführender Gesellschafter
Fonds Finanz Maklerservice GmbH



Die erfolgreichen Sparten.

Dirk Kober, stellvertretender Leiter Versicherungen der BCA AG, nennt ganz konkret Sparten mit besonderer Erfolgsaussicht: „Zunächst einmal die Kundenbindung und Enthftung durch eine laufende Optimierung der privaten SUHK-Verträge im Bestand. Zum zweiten ein Gewerbegechäft mit immer besseren Bedingungen in den Bereichen Betriebshaftpflicht, Inhalt- und Gebäudeversicherungen. Das geht hin bis zu All-Risk-Deckungen. Und drittens sind natürlich auch Nischen wie D&O-Absicherungen von Vereinsorganen und Vermögensschadenhaftpflichtversicherungen ein Geschäft mit großer Zukunft.“ Hingegen rät Oliver Pradetto, Geschäftsführer blau direkt GmbH, zu einer Fokussierung auf eine ganz spezielle Zielgruppe: „Im Gewerbebereich können Makler vor allem bei kleineren und mittleren Betrieben leicht ihren Umsatz steigern.“ Die Gewerbeversicherungen kleinerer Gewerbetreibender überließen viele Makler fast schon traditionell den Agenturen von Ausschließlichkeits-

versicherern. Dabei könnten Makler hier leicht günstigere und leistungsfähigere Konzepte anbieten. Pradetto: „Da Handwerker, Gastwirte oder Einzelhändler mit ihren privaten Absicherungsthemen in die Kernkompetenz von Maklern fallen, kann der Makler leicht gute Margen erzielen.“ Allerdings käme es nicht alleine darauf an.

Versicherungsschutz nach Maß – ob privat oder gewerblich.

Abhängig vom Privat- oder Gewerbegechäft kommen auch bei der Beratung selbst unterschiedliche Anforderungen auf die Makler zu. Uwe Schumacher, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der DOMCURA AG, erläutert dies sehr anschaulich: „Das Kompositgeschäft – sowohl im privaten als auch gewerblichen Bereich – ist ein ausgesprochener Wachstumsmarkt. Ein Markt, der ein umfassendes Know-how, erstklassige Produkte und einen breiten Überblick verlangt.“ Der Unterschied liege im Wesentlichen darin, dass Berater im gewerblichen Segment viel stärker in die Tiefe gehen

könnten als bei einem Privatkunden. Schumacher: „Stellen Sie sich beispielsweise den mittelständischen Betrieb eines Fischhandels vor: Hier haben Sie das betriebliche Risiko und zudem die Beschäftigten. Da treffen dann exemplarisch die Betriebshaftpflicht- und Inhaltsversicherung auf Lösungen der betrieblichen Altersvorsorge oder Gruppenunfall.“ An diesem Beispiel könne man rasch nachvollziehen, dass das gewerbliche Geschäft deutlich facettenreicher sei und den Makler vor sehr komplexe Fragestellungen stelle. Vor allem bei der Beratung von Firmen sieht **Stephan Schinnenburg**, Mitglied des Vorstands der ERGO Beratung und Vertrieb AG, komplexere Anforderungen. Makler hätten zwar den Anspruch, ihre Kunden umfassend zu betreuen – das gelte für Privat- und Gewerbekunden gleichermaßen – doch gleichzeitig gebe es gravierende inhaltliche Unterschiede: „Das Privatkundengeschäft ist relativ standardisiert. Makler haben im Regelfall Deckungskonzepte, worüber sie den persönlichen Versicherungsbedarf ihrer Kunden abdecken können. Der Beratungsbedarf von Gewerbekunden hingegen ist wesentlich komplexer.“ Diese Kunden seien sehr heterogen und erstreckten sich vom Kleingewerbe bis hin zu Industrieunternehmen. Dabei bestehe die Herausforderung an die Makler ganz konkret darin, das Risiko korrekt zu analysieren und Versicherungsschutz nach Maß zu konzipieren. (hwt)



Oliver Pradetto
Geschäftsführer
blau direkt GmbH



Dirk Kober
Stellvertretender Leiter Versicherungen
BCA AG