

# Der Vermittler

E-Magazin Versicherung, Vertrieb, Finanzen

OKTOBER 2019

## „Ein falsches Bild findet Resonanz“

R+V-Vertreter Peter Pietsch  
über ehrlichen Vertrieb



### **ERBEN UND SCHENKEN**

Wie Freibeträge verdoppelt  
werden können

### **INTERVIEW**

Christoph Huebner über  
Spezialversicherungen

### **PRODUKTE DES MONATS**

U.a. mit Bayerische, Ergo  
und Münchener Verein

# Das Original Lexikon der Versicherungsbranche!

984 Seiten Fachwissen.

Umfassend aktualisiert.

Über 180.000 verkaufte Exemplare.

Auch als Online-  
Nachschlagewerk  
verfügbar.



 [vvw.de](https://www.vvw.de)

Dr. Jörg Freiherr Frank von Fürstenwerth,  
Dr. Alfons Weiß, Werner Consten, Dr. Peter Präve  
© 2019 • 11. Auflage • 984 Seiten • Hardcover  
ISBN 978-3-96329-019-0 • 79,- €

Für Abonnenten nur 68,- €



# „Glaubenskämpfe gegen die Vergütungsart tragen skurrile Züge“

*Markteinblick von Peter Pietsch, R+V-Vertreter und VEVK-Präsident*

In der Theorie ist der Vertriebsmensch Homo oeconomicus in Reinkultur. Über dem Schlachtfeld weht Brandgeruch und der Homo oeconomicus zieht durch die Häuser, greift, was er tragen kann; erblickt er etwas Besseres, lässt er etwas Anderes fallen. Aasgeier ... Die Interessen des Kunden spielen bei dieser Vorstellung keine Rolle, es geht ausschließlich um die Mehrung des eigenen Gewinns. Dieses Bild ist Steuermann und Kapitän der Regulierung und der öffentlichen Diskussion. Ein Monster als Ursache einer angeblich dauerhaften und intensiven Bedrohung durch Fehlberatung am schätzenswerten Verbraucher. Ein falsches Bild – medienwirksam gestaltbar – findet Resonanz. Es ist nicht redlich, mit diesen Bildern Entscheidungen zu beeinflussen. Ich wünsche mir eine Auseinandersetzung mit der Realität.

Allein die Glaubenskämpfe gegen die Vergütungsart „Provision/Courtage“ tragen skurrile Züge. Sie sind geprägt durch dieses Zerrbild des Unternehmers (selbstständigen Vermittlers). Meine Mitarbeiter, ihre Familien, meine Familie, ich und in gleichem Maße meine Kolleginnen und Kollegen wehren uns gegen dieses Bild. Es ist ein Phantom. Wir sind daran interessiert, unsere Unternehmen an gleichem Ort und gleicher Stelle zu betreiben, nicht unter anderem Namen an andere Orte flüchten zu müssen, weil die Erde unter unseren Füßen brennt. Das betrifft viele Tausend Vermittlerbetriebe, die in ihrer Heimat ihre Unternehmen betreiben. Teils seit Generationen. Vielfach stützen sie in Ehrenämtern die Gemeinschaft und halten Vereine durch ihr Engagement am Leben. Ich bin seit 24 Jahren in Wiesbaden als Versicherungsagent selbstständig tätig. 10 Jahre nach dem ersten Tag meiner Ausbildung konnte ich meine Selbstständigkeit begründen und habe immer noch Freude. Ich darf mich mit den unterschiedlichsten Fragen verschiedener Menschen



und Unternehmen beschäftigen, mit ihnen zusammen Konzepte entwickeln, die zu ihnen passen. Gemeinsam zu erleben, dass die getroffenen Verabredungen halten gibt eine tiefe Zufriedenheit. Für einfach absetzbare Ware braucht es keine Berater, sie braucht Füße und Hände oder Technik und muss verteilt werden. Das hat mit klassischem Versicherungsschutz und dem ursprünglichen Gedanken wenig zu tun. Das geht bei Produkten für besondere Anlässe mit kurzer Haltbarkeit. Eine stärkere Betonung des Konzeptgedankens würde der Assekuranz gut zu Gesicht stehen und das Vertrauen in die Branche fördern.

Individualisierung standardisierter Produkte und eine Rückbesinnung auf die Wurzeln des Versicherungsgeschäfts verlangen Mut, eine klare Strategie und ein durchgängiges kommunikatives, wertebasiertes Denken. Gewinn ist das Ergebnis dieser Bemühungen, nicht der Selbstzweck. Eine Branche, die verantwortungsvoll mit den Menschen und Risiken umgeht, die sich nach Sicherheit, Vertrauen, Klarheit und gelungenem Versicherungsschutz sehnen verdient auch Respekt. Sozialpolitischer Auftrag der Vermittler ist die Stabilisierung der Entscheidungen Einzelner. Das trägt zur mutigen Entwicklung neuer Geschäftsfelder einer Volkswirtschaft bei. Hier hat die Assekuranz ein sinnstiftendes Betätigungsfeld. Diese Aspekte, ergänzt um die Chancen der Digitalisierung im Sinne von wertiger Unterstützung der Vermittler und ihrer Mitarbeiter im Alltag, sind die Herausforderung, vor der sich die Frage nach der Wirklichkeit vertriebsethischer Grundsätze in der Beratung beantworten lässt. Ich glaube an die Möglichkeit und ich glaube an die Vermittler, die sich den Herausforderungen in den Beratungsgesprächen täglich stellen. Im Wettbewerb ist der „Innere Kompass“ der Richtungsweiser für ethisches Handeln. Vermittler brauchen Raum und Zeit für die Entfaltung ihrer Wirksamkeit.

# Stille Post

Kundenkommunikation zwischen Brief, Mail, Telefon  
– und der Vermittler mittendrin

*Von Torben Tietz und Benedikt Droste*

**B**is vor wenigen Jahren wurden die Kunden von ihren Unternehmen häufig exklusiv postalisch informiert. Mittlerweile sind Unternehmen in vielen Branchen preissensitiver geworden und lassen sich den analogen Informationsweg bezahlen. In der Assekuranz ist man dagegen noch verhaltener, hier gehört der Brief noch immer zum Standardrepertoire in der Kommunikation mit dem Kunden. Der postalische ist immer noch der präferierte Weg, aber viele Kunden wünschen sich gleichzeitig Informationen per Mail, Kundenportal oder App. Die Versicherer stehen vor der Herausforderung, den wandelnden Bedürfnissen gerecht zu werden. Immer mehr Kunden erwarten, dass sie je nach Anliegen über einen bestimmten Kanal kontaktiert werden: Die Schadenmeldung persönlich oder telefonisch, die Informationen über den Bearbeitungsstand dagegen per Mail oder App.

## **KUNDEN SIND SELBSTSTÄNDIGER GEWORDEN**

Die Relevanz digitaler Kanäle wurde durch Serviceangebote externer Anbieter erhöht. Vergleichsportale wie Check24 gehören für viele Personen bereits zum Abschlussprozess dazu. Die Versicherer, die den Übergang vom Portal zum Abschluss am kundenfreundlichsten gestalten, können von der Entwicklung profitieren. Dadurch ergeben sich völlig neue Kundenreisen. Markierte früher häufig noch das Beratungsgespräch beim Betreuer den Start der Kundenbeziehung, findet heute der erste Kontakt beim Aggregator statt. Hier müssen reibungslose Übergänge gewährleistet werden, damit die Kunden das Angebot des Vergleichsportals auf der Website des Versicherers direkt wiederfinden und im besten Fall dort abschließen oder sich beraten lassen können.

Für Versicherer bieten sich enorme Potenziale, wenn sie die Nutzungsquote digitaler Kanäle dauerhaft erhöhen können. Werden Kunden über ein Kundenportal informiert, bieten sich zahlreiche Chancen für Prozessautomatisierungen, Kostenersparnisse und den Ausbau von Zusatzservices. Vor allem bietet ein Kundenportal im Gegensatz zur E-Mail, einen rechtlich sicheren Weg zum Informationsaustausch –

auch bei sensiblen Informationen. Das Zusammenspiel mit Vergleichsportalen bietet Versicherern die Möglichkeit, digitalaffine Kunden anzusprechen und zu gewinnen und diese im Rahmen des Abschlusses direkt in die eigenen digitalen Betreuungskanäle zu lenken. Bereits heute zeigt sich, dass die Kundenportalnutzung im Rahmen des Versicherungsabschlusses die Zufriedenheit mit der Policierung deutlich erhöht.

## **VIDEOBERATUNG NIMMT FAHRT AUF**

Apps können die Kommunikation sowohl für den Versicherer als auch für den Kunden vereinfachen. Mittlerweile ist es gelebte Praxis, Leistungsfälle in der Krankenversicherung per App abzuwickeln. Der Kunde spart sich den umständlichen Postweg und der Versicherer kann die Einreichung der Belege über die App besser steuern und automatisieren. Die Digitalisierung des Prozesses führt gleichzeitig zu einer Vereinfachung für den Kunden, der einen Großteil der Kommunikation über das Kundenportal abbilden kann. Dies zeigt sich auch in der Kundenbewertung: Werden KV-Leistungsfälle über die App abgewickelt, sind Kunden im Schnitt deutlich zufriedener.

Einige Versicherer gehen hier schon einen Schritt weiter und ermöglichen ihren Kunden auch das Tracking und die Steuerung von Schäden per App. So können alle Informationen zur Schadenabwicklung eingesehen und auch Dokumente oder Fotos per App eingereicht werden. Die Integration der beteiligten Dienstleister wie Handwerker oder Gutachter ist der nächste logische Schritt. In Norwegen gibt es beispielsweise Rechtsschutzversicherer, die eine Auswahl des Anwalts per App ermöglichen und den gesamten Verlauf des Rechtsschutzfalls digital abbilden. Es können also auch Dokumente mit dem Anwalt ausgetauscht werden. Deutsche Versicherer unterliegen neben der Herausforderung, die technische Infrastruktur aufzubauen, auch spezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen, die solch eine Integration schwieriger machen. Es entstehen aber auch hier Lösungen am Markt. Kunden, die digitale Kanäle im Rahmen der Scha-



FOTO : GERD ALTMANN / PIXABAY

denfallbearbeitung genutzt haben, sind heute schon deutlich zufriedener mit der Abwicklung als der Marktschnitt.

Digitale Kanäle lassen sich auch in der laufenden Kundenbetreuung einsetzen. Elektronische Newsletter ersetzen beispielsweise zunehmend den klassischen Werbebrief, da sie deutlich kostengünstiger und flexibler einzusetzen sind. Auch Kundenportale ermöglichen heute einfache Betreuungsservices wie die Übersicht über den Vertragsstand und Adressänderungen.

Das heißt aber nicht, dass digitale Kanäle immer mit analogen in Konkurrenz treten. Vielmehr geht es um eine Digitalisierung des Betreuers mit gut funktionierenden Schnittstellen zur Zentrale. Darüber hinaus bietet die Verlinkung des Betreuers mit seinen Kunden über soziale Medien wie Facebook oder WhatsApp die Möglichkeit, für viele Kunden leicht erreichbar zu sein. Der Betreuer erhält Vertriebsimpulse, die es ermöglichen, zum richtigen Zeitpunkt mit dem Kunden in Interaktion treten zu können. Auch die Videoberatung nimmt an Fahrt auf, da sie das Beste beider Welten vereint, wenn sie gut gemacht ist. Ein Vorteil in der digitalen Welt ist zudem, dass Betreuern ganz neue Möglichkeiten zur Verfügung stehen, um Empfehlungen zu generieren.

Wichtig ist bei all diesen Punkten die Ausgestaltung der Übergänge zwischen Kanälen und vom Vermittler zur Zentrale. Eine Frage ist beispielsweise, wo der Vermittler mit einfachen Kontaktmöglichkeiten im Self-Service-Kundenportal auftaucht. Insgesamt gilt: Der Versicherer muss dem Kunden alle Kontaktkanäle zur Verfügung stellen und dafür sorgen, dass ein Kanalwechsel einfach möglich ist. Im Markt nutzen aktuell lediglich 13% der Privatkunden das Kundenportal ihres Versicherers. Das sind zwar 4% mehr als noch 2017, aber generell ist das Niveau damit noch sehr gering. Im Bankensektor nutzt beispielsweise jeder 2. Kunde heute schon On-

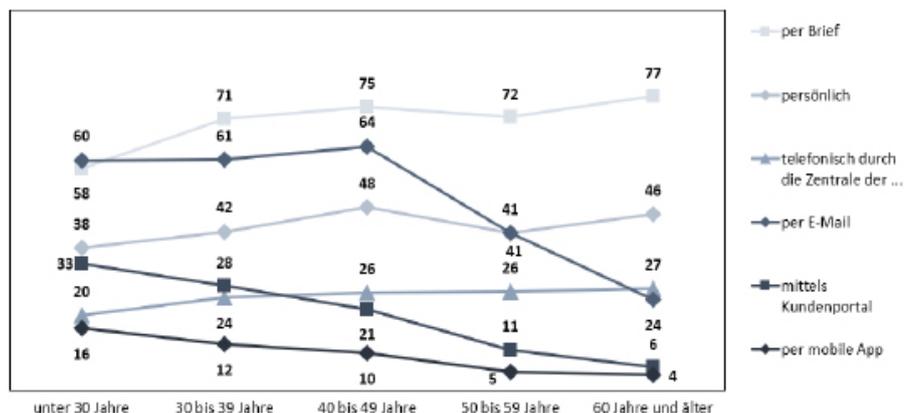
line-Banking, Tendenz weiter steigend. Hier gibt es relevante Use-Cases und damit entsprechend viele Transaktionen. In der Assekuranz sind die Funktionalitäten der Portale häufig noch eingeschränkt.

So finden viele Kunden nicht alle Altverträge im Portal, sondern nur einen Teil, wodurch sich nur wenig Synergieeffekte für gut angebundene Kunden ergeben. Auch gibt es in vielen Portalen noch keine Möglichkeit, den Status eines Schaden- oder Leistungsfalls zu tracken. Daher können Portale auch nur selten wirklich begeistern. Der Anteil der Kunden, die angeben „vollkommen zufrieden“ mit dem Portal zu sein, zeigt seit zwei Jahren einen leicht abfallenden Trend.

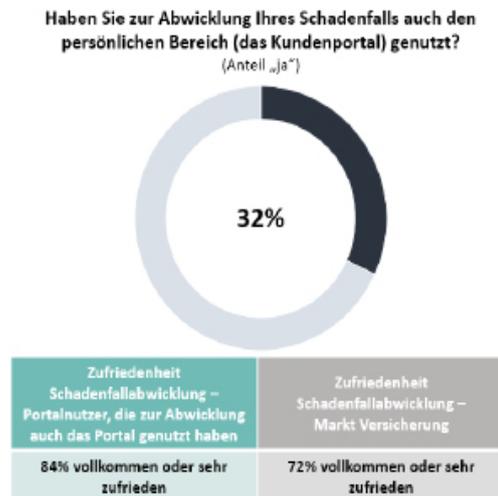
### PORTALE KÖNNEN NUR SELTEN BEGEISTERN

Kundenportale haben das Potenzial zum zentralen Baustein in der Kundenbeziehung zu werden. Aktuell gibt es häufig noch nicht viele Use-Cases, so dass Kunden keinen Anreiz haben, sich im Kundenportal einzuloggen. Daher integrieren viele Versicherer ein elektronisches Postfach, wodurch mehr Transaktionen generiert werden und Kunden entsprechend häufiger einen Grund haben, das Portal aufzusuchen. Um den Zugang noch attraktiver zu machen, können auch Zusatzangebote platziert werden, die nur über das Portal zugänglich sind. Das können beispielsweise Gewinnspiele, Vergünstigungen oder exklusive Services sein.

Je mehr Aktionen Kunden über das Portal durchführen, desto besser kann der Versicherer das Kundenverhalten nachvollziehen. So können Vertriebspotenziale zukünftig deutlich besser ausgeschöpft werden. Gleichzeitig bieten Portale zahlreiche Anknüpfungspunkte für Self-Service Angebote. Dies spart sowohl dem Betreuer als auch dem Versicherer Zeit und Kosten. Außerdem können so zahlreiche Services 24/7 zur Verfügung gestellt werden. Dabei ist es



**Wie möchten Sie informiert werden?** Der Brief gilt über alle Altersgrenzen hinweg als beliebtester Info-Kanal.



**Portalnutzer in der Schadenfallabwicklung zufriedener:** 84 Prozent vollkommen oder sehr zufrieden.

entscheidend, dass die Versicherer Schnittstellen vom Portal in die anderen Abteilungen bauen, um möglichst reibungslose Übergänge zu ermöglichen. Aufgrund dieser Potenziale pushen Versicherer das Thema aktiv und versuchen Kunden gezielt in das Kundenportal zu lotsen. Dies gelingt beispielsweise durch Tarife, die günstiger sind, dafür aber eine Anmeldung im Portal erfordern.

#### KUNDE BRAUCHT KONKRETE FUNKTIONALITÄTEN

Das Segment der besonders digitalaffinen Kunden wird ständig größer. Mittlerweile lassen sich drei von zehn Kunden dieser Kohorte zuordnen. Innerhalb dieser Gruppe nutzt jeder vierte heute schon das Kundenportal. Die Herausforderung wird sein, die Funktionalitäten des Kundenportals stetig auszubauen und in die bestehende Infrastruktur der Organisation zu integrieren. Versicherer müssen dem Kunden eine vollständige Übersicht über ihren Versicherungsbesitz liefern. Dazu gehört die Abbildung aller Sparten und Altverträge. Der Aufbau des Portals könnte folgendermaßen aussehen:

- Das Kundenportal konsequent als Postfach nutzen, um regelmäßigen Traffic zu schaffen
- Vertragsübersicht/-verwaltung und Schadenfallabwicklung über das Portal
- Weitere Kernprozesse wie Abschluss, Kündigung und Beschwerde integrieren
- Leistungen, die über die Kernprozesse hinausgehen, anbieten und mit dem Portal verbinden

Durch ein breites Nutzungsangebot werden die Kunden zunächst in die digitalen Kanäle gelenkt. Je nach Reifegrad müssen die Erwartungen der Kunden entsprechend gema-

ragt werden. Der Kunde muss beim Erstlogin konkrete Vorstellungen von den Funktionalitäten des Portals haben, ansonsten sind Enttäuschungen vorprogrammiert. Touchpoints wie Abschlüsse, Kündigungen und Schadenabwicklungen können vom Versicherer genutzt werden, um Kunden in das Portal zu lotsen und das Onboarding zu strukturieren. Im weiteren Verlauf muss darauf geachtet werden, dass sowohl Authentifizierung als auch der regelmäßige Login möglichst barrierefrei gestaltet werden. Häufig finden sich Versicherer in der Situation wieder, dass jahrelang analoge Prozesse ausgestaltet wurden, die jetzt teildigitalisiert werden. Dieses Vorgehen gestaltet sich als schwierig und komplex. Oft werden Parallelstrukturen mit unterschiedlichen Prozessen und genutzten Systemen aufgebaut. Ein einfacher Kanalwechsel für den Kunden ist nicht möglich. Zukünftig muss der digitale Weg beim Aufsetzen neuer Prozesse leitend sein und dann auf die anderen Kanäle übertragen werden.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es auf Kundenseite den Wunsch nach mehr Digitalisierung gibt. Die Versicherer müssen die neuen Entwicklungen als Chancen verstehen und die Potenziale abrufen. Kundenportale sind dabei ein wesentlicher Bestandteil, weil sie auch die Grundlage für eine Erweiterung der Wertschöpfungskette und der Geschäftsmodelle in Richtung Ökosystem sein können. Werden zum jetzigen Zeitpunkt zentrale Entwicklungen verschlafen, wird dies nachhaltig Einfluss auf den Geschäftserfolg haben.

**Torben Tietz**, Geschäftsführender Partner;  
**Benedikt Droste**, Senior Analyst; beide bei MSR Insights

**DER VERMITTLER:** Herr Huebner, Sie gingen zuletzt mit der deutschen Versicherungsbranche ziemlich hart ins Gericht. Stichwort Regulierung.

**CHRISTOPH HUEBNER:** Die deutsche Versicherungsbranche ist hier an Doppelzüngigkeit kaum zu überbieten, denn die meiste Regulierung wird implementiert, weil Lobbyisten versuchen, den Markt gegen ausländische Anbieter und heimische Innovatoren abzuschotten. Die Wiedereinführung des unsäglichen Provisionsabgabeverbotes ist so ein Ding: Michael Heinz vom BVK feiert sich für einen vermeintlichen Erfolg, mit dem er aber der ganzen Branche und vor allem den Verbrauchern schadet.

**Was ist Ihrer Meinung nach die Konsequenz davon?**

Diese markt- und wettbewerbsfeindliche Regelung hat bestenfalls zur Folge, dass eine schmerzhafteste Marktberreinigung verlangsamt und Innovationen verschleppt werden.

**Insbesondere der geplante Provisionsdeckel ist derzeit für viele Unternehmen der Stein des Anstoßes. Sie haben bereits dagegen geklagt ...**

... Wir kämpfen gegen das Provisionsabgabeverbot, nicht gegen den Provisionsdeckel – auch wenn der natürlich ebenfalls ein illegitimer Eingriff in die Vertragsfreiheit ist. Aber lassen Sie sich die Argumentation der Lobbyisten gegen den Provisionsdeckel einmal auf der Zunge zergehen, indem Sie in den Texten gedanklich die beiden Wörter vertauschen: Provisionsdeckel und Provisionsabgabeverbot. Beides ist gleichermaßen die Beschneidung des Marktes sowie eine Einschränkung des Wettbewerbs. Und beides wird begründet mit vermeintlichen Fehlanreizen, die es aber bei genauerer Betrachtung einfach nicht gibt: Kein Versicherungsvermittler würde einem Kunden, der dringend Geld braucht, einen Vertrag vermitteln, nur weil der ihm eine schnelle Abschlussprovision bietet.

**Wieso?**

Die Stornohaftung ist hier bereits eine hinreichende Regulierung, um zu verhindern, dass ein vernünftiger Vermittler ein solches Geschäft eingeht. Der Provisionsdeckel kommt aber für die Steinzeitlobbyisten direkt aus der Hölle, während das Provisionsabgabeverbot wie eine Monstranz durch's Dorf getragen wird. Dabei ist es zwar aus der Innenansicht als deutscher Versicherungsvermittler eine gewohnte Norm, für den Rest der Welt aber eine unerklärliche Einschränkung des Wettbewerbs. Genauso wie für Vermittler anderer Branchen in Deutschland, denn selbst Hypothekemakler oder Finanzanlagenvermittler kennen einen solchen Eingriff in ihr Recht auf frei gestaltete Vergütung nicht.



A portrait of Christoph Huebner, a man with short brown hair and a beard, wearing a white button-down shirt. He is looking slightly to the left of the camera with a neutral expression. The background is blurred, showing what appears to be a trade show or exhibition stand with various signs and colors.

# „Der Versicherungs-Jogi um die Ecke wird von immer weniger Kunden in Anspruch genommen“

Christoph Huebner, Geschäftsführer Tippgeber UG, über neue Risikobedürfnisse und das Geschäft mit Spezialprodukten

*Interview: Tobias Daniel*

**Was ist Ihr Ziel?**

In der ersten Instanz haben wir gerade einen schönen Etappenerfolg eingefahren, aber unser Ziel ist es, für den freien Wettbewerb und den Verbraucherschutz bis vor den Europäischen Gerichtshof zu ziehen. Spätestens dort wird diese europa-, kartell-, wettbewerbs- und verbraucherrechtlich irre und weltweit einmalige Regelung eines Branchenpartikularinteresses ihr endgültiges Ende finden.

**Sie haben sich mit Ihrem Unternehmen derzeit auf den Versicherungsschutz für Kinder spezialisiert. Was reizt sie gerade an dieser Zielgruppe und wo sehen Sie ein entsprechendes Geschäftspotenzial?**

Wir sehen eine starke Veränderung des Verbraucherverhaltens: Der Versicherungs-Jogi um die Ecke, der von der Hausrat- über die Haftpflicht- bis zur Berufsunfähigkeitsversicherung alles im Angebot hat – und neuerdings auch Strom- und Gasverträge – wird von immer weniger Kunden in Anspruch genommen. Denn der Generalist hat zwar alles, aber von nichts wirklich eine tiefe Ahnung.

**Stattdessen suchen Verbraucher vermehrt Spezialisten auf ...**

... sie wollen keine „Allfinanzberatung“, sondern eine Lösung für das aktuelle Problem. Und zwar die bestmögliche Lösung. Die gibt es bei Experten, der keine unnötigen Fragen zu anderen Themen stellt. Der zweite Punkt: Kinderkrankenversicherungen sind das einzige Segment des Marktes, in dem man nicht mit der Angst der Kunden verkaufen muss. Wir müssen nicht erklären, wie viele Menschen im Laufe ihres Erwerbslebens berufsunfähig werden. Dass Kinder eine Krankenversicherung brauchen und sich auch mal beim Spielen das Bein brechen oder aus der Kita einen Infekt mitbringen, das weiß jeder. Also reden wir mit den Eltern nur noch über das gewünschte Leistungsniveau oder besondere Tarifmerkmale. Das ist sehr angenehm. So kommt es, dass wir seit Jahren nur noch Kinderkrankenversicherungen machen. Und sonst nichts. Das ist auch unser Versprechen an die Kunden: Wir werden niemals an Ihrer Haustür klingeln und wir werden niemals versuchen, Ihnen irgendetwas anderes zu verkaufen. Das schätzen unsere Kunden.

**Ihr Geschäftsmodell beruht dabei auf bestimmten „Prinzipien“: Erklären Sie diese bitte und was unterscheidet Sie damit von anderen Playern auf dem Markt?**

Wir sind ungebundener Spezialvermittler. Das bedeutet, dass wir in der Lage sind, alle Versicherer und Tarife zu vermitteln, die am freien Markt vermittelbar sind. Unser Beratungsprozess dreht sich also vor allem um die Kinderfreundlichkeit der Leistungsprofile. Unser inzwischen sechs Köpfe starkes

Team arbeitet komplett ortsunabhängig und papierlos bei völlig freier Zeiteinteilung. An unserem Firmensitz in Leverkusen empfangen wir nicht einmal Post: Die wird automatisch in ein Scannzentrum weitergeleitet, geöffnet, gescannt und datenschutzkonform vernichtet. Wir haben uns da selbst an die Spitze der Bewegung gesetzt und unser Unternehmen durchdigitalisiert. Heute sind wir in der Lage, den Gesellschaften alle Antragsinhalte als strukturierte Daten zu liefern. Nur die Versicherer sind nicht in der Lage, diese Daten auf der anderen Seite anzunehmen. Stattdessen beschäftigen sie Sachbearbeiterinnen und Sachbearbeiter, die die Daten aus eingescannten PDF-Formularen in ihre Systeme abtippen.

---

**„Kinderkrankenversicherungen sind das einzige Segment des Marktes, in dem man nicht mit der Angst der Kunden verkaufen muss. Wir müssen nicht erklären, wie viele Menschen im Laufe ihres Erwerbslebens berufsunfähig werden.“**

---

**Wie digital sind Versicherer in fünf bis zehn Jahren?**

In Deutschland wäre schon ein großer Schritt getan, wenn wir zu einem papierlosen Antragsprozess kämen. Rechnungsapps haben heute quasi alle Versicherer, die eine Rolle spielen. Aber die wirklichen Potenziale der PKV bleiben ein Zukunftstraum: Ich habe kürzlich einen PKV-Vorstand gefragt, wie es um Predictive Analytics steht, also die Auswertung historischer Abrechnungsdaten, um mögliche Korrelationen zwischen Erkrankungen bzw. Behandlungen festzustellen. Damit könnte man hervorragend im gemeinsamen Interesse mit dem Versicherungsnehmer persönliche und individuelle Empfehlungen für besondere Vorsorgemaßnahmen entwickeln. Viel mehr als ein Stirnrunzeln kam da nicht. Ich habe das Gefühl, dass die deutschen Versicherer bestenfalls an der Oberfläche mit kleinen Ausschnittsdeckungen im Sachbereich experimentieren – die berühmte Unfallversicherung, die ich tageweise per App am Skilift abschließen kann. Aber in der Lebens- oder Krankenversicherung passiert da strukturell leider gar nichts.

daniel@vww.de

# Notwendiges Know-how für Anwender kompakt. wertvoll. zweckorientiert.

## Nachlass und Steuern

Vermögensübertragung mit Versicherungs-  
lösungen

Dieses Buch bietet Beratern, Ruhestandsplanern, einen guten Überblick mit wertvollen Tipps und Tricks. Das Thema „Erben und Schenken“ wirft viele Fragen auf, mit denen jeder im Laufe der Zeit konfrontiert wird. Nach einer Kurzübersicht zu „Wer erbt was?“ und „Wie ist das Erbe zu versteuern?“ werden hier vor allem die Gestaltungsmöglichkeiten und Steuersparmöglichkeiten Schritt-für-Schritt erläutert.

Guntram Overbeck  
© 2019 • 42 Seiten • Softcover  
ISBN 978-3-96329-281-1 • 20,90 €

## Wertermittlung und Übertragung von Versicherungsmaklerunterneh- men und Versicherungsbeständen

Der Leitfaden beinhaltet wertvolle Anregungen und methodische Hinweise für eine sachgerechte Wertermittlung und optimale Übertragung von Versicherungsmaklerunternehmen und Versicherungsbeständen. Der Autor Herr Dr. Heiko Buck bietet eine kompakte und übersichtliche Gesamtdarstellung zur Wertermittlung und Übertragung von Versicherungsmaklerunternehmen und -beständen sowie eine Auswahl an Musterverträgen, die den Versicherungsmakler vor und während der Unternehmenstransaktion optimal unterstützen.

Dr. Heiko Buck  
© 2019 • 224 Seiten • Softcover  
ISBN 978-3-96329-286-6 • 29,- €



# Erben und Schenken

Mit klugen Lösungen können Freibeträge verdoppelt werden

Von Guntram Overbeck

**S** Rund 260 Mrd. Euro werden bis 2020 jedes Jahr in Deutschland vererbt. Denn es nähert sich eine Generation dem Lebensende, die 60 Jahre Zeit hatte Vermögen aufzubauen. Doch nicht nur die Sicherung und der weitere Ausbau des Wohlstands ist das Ziel dieser „rüstigen Rentner“. Auch der Wunsch nach einer möglichst verlustfreien Übertragung auf die Erben beschäftigt die Eltern, Großeltern, Onkel und Tanten.

Stehen gerade liquide Mittel zur Verfügung, z. B. aus Hausverkauf oder Auszahlung einer Lebensversicherung, sollte bei der Wiederanlage auch das Thema Erben & Schenken eine Rolle spielen. Verschenkt man einen Geldbetrag, so wird der volle Wert abzüglich eventueller Freibeträge zur Besteuerung herangezogen. Je nach Volumen und Verwandtschaftsgrad, kann es zu einer erheblichen Steuerbelastung kommen.

## Übersicht der Freibeträge bei Erbschaft/Schenkung:

Steuerklasse	Beziehung zum Erblasser/Schenker	Freibeträge
1	Ehegatte & eingetragener Lebenspartner	500.000 EUR
	Kinder, adoptierte Kinder, Stiefkinder	400.000 EUR
	Enkel, Stiefenkel, Urenkel	200.000 EUR
	Eltern (Erbfall)	100.000 EUR
	Großeltern (Erbfall)	100.000 EUR
2	Eltern (Schenkung)	20.000 EUR
	Großeltern (Schenkung)	
	Geschwister	
	Nichten/Neffen	
	Stiefeltern/Schwiegerkinder/Schwiegereltern	
Geschiedener Ehegatte		

## DOPPELTER FREIBETRAG DURCH VERVIELFÄLTIGER FÜR RENTEN

Verschenkt man nun eine laufende Rentenverpflichtung ist nicht der Vertrags- oder Rückkaufswert anzusetzen, sondern die jährliche Rente multipliziert mit einem so genannten Vervielfältiger – ein Faktor, der jährlich vom Bundesfinanzministerium festgelegt wird. Auf diesem Wege lässt sich ein höheres Vermögen im Rahmen der Freibeträge erbschafts-/schenkungsteuerfrei übertragen.

### Beispiel:\*

Mann (65 J.) möchte seiner Lebenspartnerin (60 J.) einen Betrag in Höhe von 100.000 EUR schenken. Sollte er den Geldbetrag oder eher eine Rente (ca. 2.400 EUR p.a., RSC2) verschenken?

Geldschenkung		Rentenschenkung	
Betrag	100.000 EUR	Betrag	100.000 EUR
Anzusetzen (Geldbetrag zu 100%)	100.000 EUR	Anzusetzen	33.200 EUR (2.400 EUR x 13,856* = ca. 34.600 EUR**)
Freibetrag	20.000 EUR	Freibetrag	20.000 EUR
Zu versteuern	80.000 EUR	Zu versteuern	13.200 EUR
Steuersatz	30%	Steuersatz	30%
<b>Steuer</b>	<b>24.000 EUR</b>	<b>Steuer</b>	<b>3.960 EUR</b>

**Vorteil der Rentenerschaft: 20.040 EUR**

Vervielfältiger \*\* Ermittlung der steuerlichen Bemessungsgrundlage bei einer Rentenschenkung = Jahresrente \* Ver

Mit dem Verschenken der Rente spart die Lebensgefährtin Steuern in Höhe von ca. 20.000 Euro. Der Freibetrag hat sich quasi verdoppelt oder sogar verdreifacht. Die Schenkung muss auch nicht sofort erfolgen. So können Sie heute das Kapital in einem entsprechenden Vertrag renditestark anlegen und erst in der Zukunft ganz oder teilweise verschenken.

## GESTALTUNG ÄHNLICH WIE BEI DER VERSCHENKUNG EINER RENTE

Nun gibt es auch einige Investoren die zu Lebzeiten das Geld nicht verschenken möchten. Diese wählen eine Vererbung – aber natürlich auch mit einem Steuervorteil. Die Gestaltung ist ähnlich wie bei der Verschenkung einer Rente.

Zuerst wird eine Whole-Life-Fondspolice investiert. Dies bedeutet die Fondspolice hat keine vorgegebene Laufzeit. Sie endet erst im Todesfall der Versicherten Person oder wenn das komplette Geld entnommen wurde. Zusätzlich wird vereinbart, dass der Erbe keine Todesfall-Einmalsumme erhält, sondern stattdessen eine Rente. Hierdurch wird zu Lebzeiten die Renditechance von Aktienfonds genutzt und der Investor kann auch beliebig über sein Vermögen verfügen – er verschenkt es nicht. Im Todesfall wird aber die günstige Bewertung einer Rente angesetzt. Hier soll ein Beispiel dargestellt werden:



Kunde 01.01.1952  
Sohn: 17.08.1983  
400.000 EUR EB  
Todesfallsimulation in 10 Jahren  
Freibetrag ausgeschöpft

**Ziel** Todesfallverrentung  
Cash-Option

Als Kapitalanlage wird eine Fondspolice gewählt:

		0 %	3 %	6 %
	7	75	373.262	459.235
	8	76	373.376	473.222
	9	77	373.470	487.622
	10	78	373.539	502.444
				561.631

**Rente**



**Beitrag für die Rentenversicherung**  
Einmalig 670.000,00 EUR

Im 1. Jahr des Rentenbezugs  
12.619,67 EUR

Bei sechs Prozent Wertentwicklung steht eine Summe in zehn Jahren von 670.000 Euro zur Verfügung. Diese wird per Rente (12.620 Euro p.a.) im Todesfall des Vaters an den Sohn gezahlt. Die Steuerbetrachtung sieht nun wie folgt aus:

**Steuerbetrachtung Bargeld**  
(670.000 €)

Sie sind Erbe/Beschenker	
Ihr Verwandtschaftsgrad (z. B. Sohn, Enkel, Nichte)	Sohn (46J.)
Steuerklasse	1
Schenkung/Erbschaft	670.000 €
- Freibetrag (s. Tabelle)	ausgeschöpft
= steuerpflichtiger Erwerb	670.000 €
Steuersatz (s. Tabelle)	19%
Steuer	ca. 127.000 €

**Steuerbetrachtung Rente**  
(12.620 € \* 15,623 = ca. 198.000€)

Sie sind Erbe/Beschenker	
Ihr Verwandtschaftsgrad (z. B. Sohn, Enkel, Nichte)	Sohn (46J.)
Steuerklasse	1
Schenkung/Erbschaft	ca. 198.000 €
- Freibetrag (s. Tabelle)	ausgeschöpft
= steuerpflichtiger Erwerb	198.000 €
Steuersatz (s. Tabelle)	11%
Steuer	ca. 22.000 €

Zusätzlich muss der Erbe / Sohn bei der Vererbung des Fondsdepots die Erträge der Fonds während der Laufzeit zu Lebzeiten des Vaters einkommensteuertechnisch versteuern:

	Fondsdirektanlage	Fondspolice
Zu versteuern	670.000 € - 400.000 € = 270.000 €	0€
Steuer	25% => 67.500 €	0€

Hinweis: Teilfreistellungen wurden im Beispiel nicht berücksichtigt.

Somit ist die komplette Steuerbetrachtung wie folgt:

**Steuerbetrachtung Bargeld**  
(670.000 €)

Sie sind Erbe/Beschenker	
Ihr Verwandtschaftsgrad (z. B. Sohn, Enkel, Nichte)	Sohn (46J.)
Steuerklasse	1
Schenkung/Erbschaft	670.000 €
- Freibetrag (s. Tabelle)	ausgeschöpft
= steuerpflichtiger Erwerb	670.000 €
Steuersatz (s. Tabelle)	19%
Steuer	ca. 127.000 €
Abgeltungsteuer	ca. 67.500 €

**Steuerbetrachtung Rente**  
(12.620 € \* 15,623 = ca. 198.000€)

Sie sind Erbe/Beschenker	
Ihr Verwandtschaftsgrad (z. B. Sohn, Enkel, Nichte)	Sohn (46J.)
Steuerklasse	1
Schenkung/Erbschaft	ca. 198.000 €
- Freibetrag (s. Tabelle)	ausgeschöpft
= steuerpflichtiger Erwerb	198.000 €
Steuersatz (s. Tabelle)	11%
Steuer	ca. 22.000 €

Vererbung eines Fondsdepots:

Steuer = 127.000 Euro + 67.500 Euro = 194.500 Euro

Vererbung einer Fondspolice mit Todesfallverrentung:

Steuer = 22.000 Euro

Bei der richtigen Gestaltung kann der Erbe 172.500 Euro sparen. Dies ist eine große Motivation sich mit dem Thema zu beschäftigen.

**Guntram Overbeck,**  
Steuerexperte und Autor der Fachpublikation  
„Nachlass und Steuern“ –  
erhältlich im Verlag Versicherungswirtschaft Karlsruhe

**LESETIPP**

In seinem Buch „Nachlass und Steuern – Vermögensübertragung mit Versicherungslösungen“ eröffnet der Autor Guntram Overbeck Beratern, Ruhestandsplanern, aber auch Erblässern und Erben, die für den Ernstfall vorsorgen möchten, neue Perspektiven mit wertvollen Praxistipps. Das Thema Erben und Schenken wirft viele Fragen auf, mit denen jeder im Laufe der Zeit konfrontiert wird. Nach einer Kurzübersicht zu „Wer erbt was?“ und „Wie ist das Erbe zu versteuern?“ werden hier vor allem die Gestaltungsmöglichkeiten und Steuersparmöglichkeiten thematisiert. Praxisnahe Beispiele machen das Thema für jeden verständlich. Preis: 20,90 Euro, ISBN: 978-3-96329-281-1

# Haftungsfall

Wenn fondsgebundene Renten zum Risiko für Berater werden

Von Ulrike Janitz-Seemann

Schon seit vielen Jahren gibt es fondsgebundene Rentenversicherungen und ihre Anzahl und Form wird immer größer. Mit der Anzahl der Tarife wächst die Komplexität und es ist ganz einfach zu sehen, dass sich sehr viele Berater und Produktrating-Institute nicht mit der Materie auskennen. Um fondsgebundene Produkte miteinander vergleichen zu können, muss man sich leider die Mühe machen, die verschiedenen Formen und ihre Funktionsweisen wenigstens im Ansatz zu verstehen. Sonst vergleicht man Äpfel mit Birnen und läuft Gefahr nicht nur Kunden zu schädigen, sondern dafür in Haftung genommen zu werden. Ein schönes Beispiel für die Irreführung von Beratern und Kunden ist der aktuelle Capital-Kompass für fondsgebundene Lebensversicherungen, welcher im Mai veröffentlicht wurde.

## Die besten Anbieter von Fondspolice

Von den insgesamt 50 getesteten Versicherern zeigt Capital nur Anbieter, die mindestens zwei Sterne erreichten

LEBENS- VERSICHERER	VERMÖ- GEN IM ANLAGE- STOCK in Mio. €	OUT- PERFOR- MANCE 2018 (20%)	QUALITÄT DER FONDS IM BESTAND (30%)	FONDS- QUALITÄT IM NEUGE- SCHAFT (15%)	BREITE DER FONDS- AUSWAHL (15%)	GESAMT- KOSTEN- QUOTE (20%)	CAPITAL- BEWERTUNG Punkte Sterne
Allianz LV	5306	72	85	100	87	89	86 *****
Zurich LV	14303	100	97	75	95	47	84 *****
Torgo LV AG <sup>1</sup>	778	100	100	100	84	-	79 *****
R+V LV AG <sup>1</sup>	1302	100	100	100	87	-	78 *****
Cosmos LV	1903	46	52	100	87	100	73 *****
Barmania	85	79	76	61	89	56	72 *****
LV1871	576	65	50	58	97	93	70 *****
MyLife LV <sup>2</sup>	206	89	81	85	100	-	70 *****
Ergo Vorsorge LV	1322	72	44	41	100	99	69 *****
Hansemerkur LV	54	60	63	62	79	75	67 *****

Kling klasse, ist aber völlig unbrauchbar und zwar aus folgenden Gründen:

- Tatsächlich lässt der Vergleich offen, ob er fondsgebundene Lebensversicherungen oder fondsgebundene Rentenversicherungen vergleicht. Steuerlich ein gewaltiger Unterschied.
- Außerdem bleibt völlig offen auf welche Tarife sich dieser Vergleich bezieht. So besitzt die Allianz 4 verschiedene Typen von fondsgebundenen Rentenversicherungen und noch viel mehr Tarife (z. B. mit laufender Prämienzahlung, Einmalbeitrag, temporäre Rentenzahlung, sofortbeginnende Renten) hinzu kommen geförderte Formen, die durch gesetzliche Vorschriften in ihrer Funktionsweise von den privaten Tarifen abweichen können.

- Selbstverständlich kann die Gesamtkostenquote von Tarif zu Tarif sowie je nach Laufzeit sehr unterschiedlich sein. Versicherer machen für jeden Tarif eine Mischkalkulation in der jede Kombination aus Alter und Laufzeit unterschiedlich mit Kosten belastet sein kann. Bewertet der Vergleich also die Verwaltungskosten des Versicherers oder die Gesamtkostenquote eines oder mehrerer Tarife?
- Das Kriterium „Breite der Fondsauswahl“ bezieht sich bei allen Versicherern nur auf einen Teil der angebotenen Tarife – bei der Allianz auf Tarif Invest (eine Rentenversicherung).

Was gar nicht in dem Vergleich berücksichtigt wird, ist dass sich die prognostizierte Performance der Angebote je nach Kickback des gewählten Fonds unterscheiden kann. So wird ein angenommener Kickback oft als Fondsüberschussbeteiligung in der Hochrechnung berücksichtigt und lässt das Angebot mit einem gemanagten Fonds besser aussehen als das mit einem ETF der gleichen Anlageklasse. Fazit: Der sogenannte Capital-Kompass ist also nicht einfach eine „Simplifizierung“ der komplexen Materie, er hat massive handwerkliche Fehler. Berater und Kunden tun gut, sich nicht danach zu richten.

Man kann die komplexe Materie der fondsgebundenen Rentenversicherungen vereinfachen, muss aber die unterschiedlichen Typen berücksichtigen, die sich in Funktionsweise, Kosten, Ertragswahrscheinlichkeit und Geeignetheit für Kunden deutlich unterscheiden. Bis vor wenigen Monaten haben sich die großen Vergleichsplattformen noch an sichtbare Vergleiche herangetraut. Da konnte man im Internet ein Ergebnis wie das folgende finden:

In der rechts oben dargestellten Auflistung werden völlig verschiedene Rententypen verglichen, die sich in ihrer Funktionsweise so sehr unterscheiden, dass ein Vergleich der prognostizierten Hochrechnung nicht mehr seriös möglich ist. Das liegt daran, dass je nach Funktionsweise die unterschiedlichen Renten-Typen eine geringere oder höhere Ertragswahrscheinlichkeit besitzen und daher nicht mit der gleichen Wertentwicklung hochgerechnet werden dürften. Je mehr Beiträge dauerhaft im Sicherungsvermögen des Versicherers

Anbieter	Sparbeitrag	Anlageform	Risiko- klasse	monatliche Garantierente	mögliche Monatsrente
 <b>Nürnberg</b> Tarif: NIR2901	100,00 €	klassisch	②	130,47 €	425,58 €
 <b>Rente Invest Garant</b> Tarif: RIG	100,00 €	fondsgebunden	③	132,13 €	410,15 €
<b>SIGNAL IDUNA</b>  Tarif: GIFR	100,00 €	fondsgebunden	③	130,86 €	409,92 €
 <b>Rente Invest Garant</b> Tarif: RIG	100,00 €	fondsgebunden	③	128,29 €	398,02 €
 <b>Performer Flex ETF</b> Tarif: FRVETF	100,00 €	fondsgebunden	③	116,52 €	390,92 €
<b>Barmenia</b> Tarif: PrivatRente Index	100,00 €	klassisch	②	129,61 €	384,36 €
 <b>Performer Flex ETF</b> Tarif: FRV	100,00 €	fondsgebunden	③	116,52 €	379,01 €
 <b>Performer Flex ETF</b> Tarif: FRVEP	100,00 €	fondsgebunden	③	116,52 €	375,83 €

angelegt werden müssen, desto geringer ist die mögliche Ertragswahrscheinlichkeit. Schließlich erzielt das Sicherungsvermögen des Versicherers derzeit im besten Fall eine Wertentwicklung zwischen 2 % und 3 %. Sofern das Sicherungsvermögen des Versicherers durch eine hohe Zahl Altverträge mit 4%-Garanziezinns schwer belastet ist, ist die mögliche Wertentwicklung auch deutlich geringer. Unseriös ist, wenn wie in diesem Vergleich Tarife, die wegen ihrer Funktionsweise eine unterschiedliche Ertragswahrscheinlichkeit haben, mit der gleichen angenommenen Wertentwicklung gegenübergestellt werden.

**„Berater müssen Vergleiche aus welcher Quelle auch immer überprüfen, bevor sie sie in ihrer Beratung als Grundlage verwenden.“**

Das führt wie im abgebildeten Ranking von Oktober 2018 dazu, dass ein Tarif mit endfälliger Garantie (Zeitpunktgarantie) und hoher Aktienanlage im Vergleich der prognostizierten mit gleicher Wertentwicklung hochgerechneten Gesamtrenten auf Platz 5 landet. Dagegen nehmen Tarife mit kontinuierlicher Garantie, Indexzertifikat und jährlichem

LockIn die ersten beiden Plätze ein. Verständlich, wenn das für Sie wie „Chinesisch“ klingt. Übersetzt heißt das, Produkte die während der Laufzeit einen höheren Anteil im Sicherungsvermögen des Versicherers halten, erreichen ein höheres prognostiziertes Endkapital und damit eine höhere prognostizierte Rente, als das Produkt, welches nur minimal Rücklagen im Sicherungsvermögen des Versicherers bildet und mehr in Aktien investiert. Das ist natürlich unlogisch und liegt daran, dass im vorliegenden Vergleich die gleiche Wertentwicklung von z. B. 6% p.a. verwendet wird, welche der im Sicherungsvermögen angelegte Vertragsteil nicht erreichen wird.

Zudem haben sich in dem Produktvergleich von Oktober 2018 auch noch schwere Fehler eingeschlichen, in dem mehrere Index-Renten als „klassische Tarife“ bezeichnet werden, obwohl hier Risiken des Kapitalmarktes über Index-Garanziezertifikate enthalten sind. Berater müssen Vergleiche aus welcher Quelle auch immer auf die vorgenannten Fehler überprüfen, bevor sie sie in ihrer Beratung als Grundlage verwenden. Für Fachleute ist es ein Leichtes einen solchen Vergleich als Fehler zu identifizieren, der die gesamte Beratung und Empfehlung torpediert. Die Folge können empfindliche Strafen wegen Beratungshaftung und ggf. sogar Schadensersatz-Zahlungen sein. Es reicht nicht, wenn Berater im Vertrauen auf eine Vergleichssoftware die Ergebnisse ungeprüft übernehmen. Die Prüfungspflichten für Berater sind gewachsen: Berater müssen die von ihnen angebotenen Produkte kennen.

**Ulrike Janitz-Seemann,**  
VWV-Autorin und Vertriebsexpertin

# Produkte des Monats

## Bayerische, Ergo, Volkswohl Bund

### BAYERISCHE

Im Oktober hat die Bayerische die erste Kfz-Versicherungs-Police Deutschlands, die eine Dashcam-Nutzung berücksichtigt und rabattiert, auf den Markt gebracht. Neu- und Bestandskunden von der Bayerischen erhalten einen Nachlass von 15 Prozent auf ihre Kfz-Versicherung, wenn sie den Besitz einer Dashcam nachweisen können. Zudem bekommen sie einen Rabatt von fünf Prozent beim Kauf einer Dashcam der Marke Nextbase bei den exklusiven Partnern der Media-Saturn-Holding sowie ATU. Das BGH-Urteil von Mai 2018 hat Dashcams auch in Deutschland beschränkt zulässig und als Beweismittel vor Gericht verwertbar gemacht. Allerdings sind permanente Aufzeichnungen ohne Anlass nicht gestattet und verstoßen gegen das Deutsche Datenschutzgesetz. Das Gerichtsurteil lässt kurze, anlassbezogene Aufnahmen zu, die Unfallhergänge im Straßenverkehr dokumentieren und zur Klärung der Schuldfrage bei Gerichtsverfahren beitragen können. Nicht erlaubt sind jedoch wahllos und grundlos gesammelte Bilddateien anderer Verkehrsteilnehmer. Hierbei überwiegt nach wie vor der Datenschutz. Das Loop-Recording ist daher unverzichtbarer Bestandteil einer Dashcam. Die Funktion überschreibt getätigte Aufzeichnungen kontinuierlich und speichert diese nur bei einem Unfall durch einen Aufprall- und Bewegungssensor (G-Sensor) oder manuelle Betätigung eines Knopfes.



Urteil der Redaktion:  
„SEHR GUT“

### ERGO

Mit den Produkten Smart und Best verspricht Ergo einen neuen Kfz-Tarif, in dem umfassende Leistungen serienmäßig enthalten sind. Die Grunddeckung umfasst z.B. erweiterte Glasschadenleistungen wie Vignettensatz oder Innenraumreinigung nach Glasbruch, kein Abzug neu für alt und Tierbiss inklusive Folgeschäden. Das Produkt Smart beinhaltet eine stärkere Rückstufung im Schadenfall und damit einen Sparvorteil. Wählbar sind hier die Bausteine Werkstattbonus, Kfz-Schutzbrief, Ersatzfahrzeug Plus und Wertschutz 12 Monate. Mit dem Werkstattbonus können Kunden 20 Prozent des Kaskobeitrags sparen. Das Produkt Best unterscheidet sich durch die zusätzliche Option auf einen verlängerten Wertschutz (24 Monate) und den Rabattschutz. Zudem können Kunden Schäden online melden. Dabei reicht das amtliche Kennzeichen zur Identifizierung aus. Die Schadenanlage und Deckungsprüfung erfolgen automatisiert. Über den „Schadentracker“ kann der aktuellen Stand der Bearbeitung verfolgt werden. Im Reparaturfall beinhaltet der Werkstattservice einen kostenlosen Hol- und Bringservice sowie ein Ersatzfahrzeug. Kunden können ihre Werkstatt bei der Online-Schadenmeldung selbst auswählen. Die notwendigen Daten werden aus der Schadenmeldung direkt an die Werkstatt weitergeleitet. Innerhalb von einer Stunde soll die Werkstatt den Kunden dabei kontaktieren.



Urteil der Redaktion:  
„BEFRIEDIGEND“

### VOLKSWOHL BUND

Die Volkswohl Bund Leben kommt mit einer neuen Grundfähigkeitsversicherung Existenz auf den Markt. Insgesamt werden 17 Fähigkeiten versichert. „Heben und Tragen“, „Fingerfertigkeit und Geschicklichkeit“ sowie „Schreiben“ sind als Leistungsauslöser hinzugekommen. Zudem greift der Schutz bei einem Tätigkeitsverbot wegen Infektionsgefahr. Mit Psyche Plus gibt es die vereinbarte Rente, wenn der Kunde für mindestens zwölf Monate an einer schweren Depression oder an Schizophrenie erkrankt. Um Kunden schneller zu versorgen, gilt für Existenz eine kürzere Prognosezeit. Die vereinbarte Rente wird ausgezahlt, wenn ein Facharzt den Wegfall einer Fähigkeit für voraussichtlich sechs Monate oder länger bestätigt. Das Produkt leistet auch bei Pflegebedürftigkeit, bei Demenz und neuerdings bei einem Tätigkeitsverbot wegen Infektionsgefahr. Existenz gibt es auch für Schüler ab fünf Jahren mit allen versicherten Fähigkeiten, die auch für die Erwachsenen gelten. Mit Abschluss erwirbt der Kunde darüber hinaus einen zusätzlichen Anspruch: Nach mindestens zwei Jahren Beitragszahlung und bis er 30 Jahre alt wird, kann er in eine BU-Versicherung beim Volkswohl Bund wechseln – ohne neue Gesundheitsprüfung. Körperlich Tätige können sich vergleichsweise preiswert gegen den Ausfall wichtiger Fähigkeiten versichern. Ein 34-jähriger Lkw-Fahrer z.B. sichert 1000 Euro Rente für 54,19 Euro pro Monat ab.



Urteil der Redaktion:  
„BEFRIEDIGEND“

# Produkte des Monats

## Hendricks, Monuta, Münchener Verein

### HENDRICKS

Hendricks hat seine Vertrauensschadenversicherung (VSV) überarbeitet und will damit das komplexe Produkt HPVSV transparenter machen. „Verständlichere und einfachere Formulierungen unterstützen den Makler dabei, das Kernprodukt zu veranschaulichen und Produkterweiterungen zu erklären“, erklärt Gerd Weber, Leiter des Bereichs Kredit und Kautions. Vermittle ein Makler die HPVSV, erhalte der Kunde Unternehmensangaben zufolge ein einzigartiges Produkt. Makler ihrerseits bekommen eine Vertriebsunterstützung, mit der sie leichter an Neukunden kommen sollen. Das Konzept soll Maklern Angebote und leichtere Abschlüsse ermöglichen, denen das Thema Vertrauensschadenversicherung bisher zu komplex war. Verständlichere Formulierungen und vereinfachte Klauseln reduzieren das Risiko des Maklers von fehlerhaften Beratungen. Er selbst versteht die Konditionen besser. Insbesondere für kleinere Makler könnte das existenzbedrohend sein, denn sie unterliegen der gleichen Haftung wie große Büros. Mit dem neuen Bausteinprinzip ist auch eine Kombinationsdeckung von einer Vertrauensschadenversicherung mit einer Absicherung von Cyber-Risiken möglich. „Diese beiden Hendricks-Produkte ergänzen sich, es gibt keine Überschneidungen und der Kunde hat lückenlosen Schutz ohne Doppelabsicherungen“, sagt Theodoros Bitis, Director der Cyber & Crime Unit von hendricks.



Urteil der Redaktion:  
„GUT“

### MONUTA

Monuta bietet mit der betrieblichen Sterbegeld-Vorsorge (bSV) eine Erweiterung des Vorsorge-Pakets an. Der Tarif sieht eine Versicherungssumme für alle Angestellten zwischen 25 und 57 Jahren bis jeweils maximal 7.500 Euro vor. Dabei trägt der Arbeitgeber die Beiträge in voller Höhe für den Arbeitnehmer. Für den Arbeitgeber sind die Beiträge als Betriebsausgaben lohnsteuer- und sozialabgabefrei sowie voll abzugsfähig. Die Umsetzung erfolgt über eine Unterstützungskasse. Alle Versorgungszusagen werden kongruent rückgedeckt. Die Verwaltungskosten sind für eine Unterstützungskasse gering und können steuerlich abgesetzt werden. Die in der Unterstützungskasse investierten Beiträge müssen nicht in der Unternehmensbilanz ausgewiesen werden. Der Verwaltungsaufwand ist für den Arbeitgeber minimal, da dieser komplett von der Monuta Unterstützungskasse übernommen wird. Unternehmen, die bereits eine bAV für ihre Mitarbeiter abgeschlossen haben, können die neue bSV zusätzlich anbieten. Bestehende Vorsorgeleistungen bleiben hiervon unberührt. Firmen, die ihren Mitarbeitern bereits andere Leistungen der bAV anbieten, können mit der bSV erneut angesprochen werden. Umsatzmöglichkeiten im Neugeschäft ergeben sich hier in einem kaum bearbeiteten Segment. Die bSV kann für Makler in allen Firmengrößen ein interessanter Zugangsweg sein.



Urteil der Redaktion:  
„BEFRIEDIGEND“

### MÜNCHENER VEREIN

Im Rahmen der bAV nach dem BRSG bietet der Münchener Verein mit der Deutschen Förderrente nach § 100 EStG Arbeitgebern eine Alternative zur Gehaltserhöhung an. Diese können mithilfe des neuen Tarifs Mitarbeiter mit geringem Einkommen unterstützen und erhalten dafür eine unbürokratische Förderung von 30 Prozent über das Lohnsteuerabzugsverfahren. Die Deutsche Förderrente nach § 100 EStG ist für Arbeitnehmer mit einem monatlichen Bruttoentgelt bis zu 2.200 Euro möglich. Pro Jahr sind Beiträge zwischen 240 und 480 Euro zu leisten und müssen zusätzlich zum bisherigen Einkommen gezahlt werden. Der Arbeitnehmer muss dabei im 1. Arbeitsverhältnis stehen. Arbeitgeber, die einem Mitarbeiter im Jahr 480 Euro über die neue Deutsche Förderrente nach § 100 EStG zukommen lassen, sparen sich im Vergleich zu einer Gehaltserhöhung mit gleicher Summe 168 Euro, unter Berücksichtigung der staatlichen Förderung von 30 Prozent sowie der Steuererstattung aus Betriebsausgaben. Darüber hinaus ist eine Änderung des Portfolios unter Berücksichtigung von bis zu zwölf Fondswechseln im Versicherungsjahr jederzeit möglich. Mit der Pflege-Option reduziert sich die zugesagte Rente um einen geringen Betrag. Tritt der Pflegefall ein, erhält der versicherte Mitarbeiter die doppelte Rentenleistung. Die Option wird zum Rentenbeginn frühestens mit Alter 62 ohne Gesundheitsprüfung wirksam.



Urteil der Redaktion:  
„GUT“



**Mehr Beratung, weniger Bürokratie:** Neben der Rechtssicherheit können Software-Tools einen gesteigerten Kundennutzen durch ihre Benutzerfreundlichkeit bieten.

# Vorsicht vor dem Schnellkauf

Wie Vertriebe digitale Beratungslücken schließen und Kundenbindung stärken

*Von Claudia Ballhause*

**I**n Fonds zu investieren verspricht hohe Renditen – vorausgesetzt man macht es richtig. Ein impulsiver Schnellkauf kann nach hinten losgehen und das Geld ist weg. Daher sollte ein Depot gut analysiert und professionell angelegt werden. Eine Dienstleistung, auf die sich auch immer mehr Versicherer und Vertriebe konzentrieren, um ihr Portfolio zu erweitern und die Kundenbindung zu stärken.

Vor allem die jungen Generationen rufen im Zweifelsfall nicht mehr den langjährig bekannten Berater an, sondern googeln schnell nach einer Haftpflichtversicherung, die sie dann mit wenigen Klicks im Internet abschließen. Kommt es dann aber wirklich zu einem Schadensfall, wird das persönliche Gespräch auf einmal wieder wichtig. Oft zu spät, denn die unpersönlich angebotenen Online-Produkte sind häufig nicht auf die Bedürfnisse des Kunden ausgelegt und Beratungslücken entstehen. Schon vor dem Abdriften in den Angebots-Dschungel an Online-Versicherungen sollten Versicherer ihre Kunden mit neuen innovativen Produkten an sich binden. Dazu gehört zum Beispiel der Vertrieb von Investmentfonds, die sich auch als Altersvorsorge eignen.

---

**„Vertrieb von Investmentprodukten unterliegt strengen rechtlichen Auflagen“**

---

Um in dieses Geschäft einzusteigen, verlassen sich Versicherer auf eigens dafür entwickelte Software für den Investmentvertrieb. Die Regensburger Sobaco Betax AG hat beispielsweise das Tool MyWebDepot entwickelt, das bereits mehrmals den Innovationspreis IT der Initiative Mittelstand gewonnen hat. Das Instrument zur Vermögensverwaltung passt sich dabei intuitiver Bedienung an. Berater und Kunde gehen gemeinsam am Rechner, Tablet oder Smartphone einen Fragenkatalog durch, der Profil und Wünsche des Kunden ermittelt: „Wie viel Kapital steht zur Verfügung?“,

„Wie viel Gewinn wird erwartet?“ stellen dabei relevante Fragen dar. Der interaktive Kunden-Onboarding-Prozess zeigt schließlich auf den Kunden passende Finanzprodukte an. Abschlussformulare werden auf dem Bildschirm digital unterschrieben und ein digitales Anlagedepot angelegt. Somit passt sich der Investmentvertrieb den Eigenschaften der schnellebigen, auf unmittelbaren Respons fixierten und vor allem nach Autonomie strebenden Kundenerwartungen des 21. Jahrhunderts an.

## HILFE FÜR DEN VERMITTLER

Der Vertrieb von Investmentprodukten unterliegt strengen rechtlichen Auflagen, die in der Finanzanlagenvermittlungsverordnung (FinVermV) und der EU-Richtlinie MiFID festgelegt sind. Beratern stellen sich dadurch neue Aufgaben und Herausforderungen in Form von Überwachungsprozess, Reporting, Geeignetheitserklärung, Beratungsdokumentation und Plausibilisierung. Vertriebstools wie MyWebDepot stellen Rechtssicherheit her und ermöglichen es Beratern, automatisch die Auflagen einzuhalten, was die Tätigkeit des Finanzvermittlers vereinfacht. Eine enge Zusammenarbeit mit der renommierten Münchner Anwaltskanzlei Waigel Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft MBB sorgt zudem für Sicherheit eines solchen Vertriebstools. Dadurch wird dafür gesorgt, dass die Software die rechtlichen Vorgaben einhält und laufend auf den neuesten Stand gebracht wird. Berater erhalten die Möglichkeit, sich vollständig auf den Beratungsprozess zu konzentrieren. Rechtliche Vorgaben aus EU- und nationaler Gesetzgebung liegen im Tool integriert vor.

Neben der Rechtssicherheit bieten Software-Tools auch einen gesteigerten Kundennutzen durch ihre Benutzerfreundlichkeit. Ähnlich der Bedienung des Online-Bankings, erhält der Kunde Zugriff auf Tools wie Depot-Verwaltung, Berichtswesen oder individuelle Auswertungen. Anhand persönlicher Zugangsdaten kann der neue Eigentümer sich z. B. über den aktuellen Stand seiner Wertpapiere informieren. Der Makler bzw. das Versicherungsunternehmen bestimmt selbst, wie viele Features letztlich für den Endkunden freigeschaltet werden.

**Claudia Ballhause**, IT-Journalistin

## IMPRESSUM

## Der Vermittler

E-Magazin Versicherung, Vertrieb & Finanzen

**Herausgeber** VVW GmbH

**Chefredakteur** PD Dr. Dirk Solte (ds) V.i.S.d.P. -117, E-Mail: solte@vww.de

**Redaktion & Bild** Michael Stanczyk (Ltg., mst) -152, E-Mail: stanczyk@vww.de;  
David Gorr (dg) -171, E-Mail: gorr@vww.de; Tobias Daniel (td) -157, E-Mail: daniel@vww.de;  
Maximilian Volz (mv) -159, E-Mail: volz@vww.de  
Telefax: 0721 3509-202, E-Mail: redaktion-vw@vww.de

**Art Direction** Raquel Rojo Robles -140, E-Mail: rojorobles@vww.de

**Autoren dieser Ausgabe** Claudia Ballhause, Tobias Daniel, Ulrike Janitz-Seemann,  
Guntram Overbeck, Peter Pietsch

**Titelbild** © Peter Pietsch

**Geschäftsführer** PD Dr. Dirk Solte

**Postanschrift** VVW GmbH  
Klosestraße 22-24, 76137 Karlsruhe; Telefon: 0721 3509-0, Telefax: -201, Internet: vww.de  
Bitte geben Sie bei Zuschriften immer Ihre Kundennummer an.

**Abonnementbetreuung** DataM-Services GmbH  
E-Mail: zeitschrift@vww.de

**Konto** Landesbank Baden-Württemberg, Stuttgart  
BLZ 600501 01, Konto 405061352

BIC SOLADEST600, IBAN DE45 6005 0101 0405 0613 52

**Umsatzsteuer-Identifikationsnummer** DE 812480638

**Rechtshinweise** Die VVW GmbH haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte.

Die Entscheidung über Annahme oder Ablehnung wird dem Einsender nach Vorliegen des vollständigen druckfertigen Manuskripts schriftlich bekannt gegeben. Der Autor versichert, über die urheberrechtlichen Nutzungsrechte an seinem Beitrag einschließlich aller Abbildungen allein verfügen zu können und keine Rechte Dritter zu verletzen. Im Fall der Annahme erwirbt die VVW GmbH für die Dauer des gesetzlichen Urheberrechts einschließlich zukünftiger Verlängerungen das ausschließliche und räumlich unbeschränkte Recht zur Vervielfältigung und Verbreitung in körperlicher Form, das Recht zur öffentlichen Wiedergabe und Zugänglichmachung sowie das Recht zur Speicherung auf elektronischen Datenträgern und das Recht zur Aufnahme in Datenbanken oder zur sonstigen Verwertung in elektronischer Form. Die VVW GmbH darf die Rechte auch zu gewerblichen Zwecken, online oder offline ohne zusätzliche Vergütung wahrnehmen und die eingeräumten Rechte ganz oder teilweise auf Dritte übertragen und/oder einräumen, ohne dass es hierzu der Zustimmung des Autors bedarf. Frühestens nach Ablauf eines Jahres nach Erscheinen kann ein Nachdruck in einer Publikation eines anderen Verlags erfolgen, jedoch nur mit vorheriger Zustimmung und unter Nennung der Erstveröffentlichung in dieser Zeitschrift als Quelle. Das Recht für die elektronische Verwertung bleibt bei der VVW GmbH. Hiervon unberührt bleibt das in § 38 Abs. 4 UrhG niedergelegte zwingende Zweitverwertungsrecht des Autors nach Ablauf von 12 Monaten nach der Veröffentlichung.

**Urheberrechte** Die Zeitschrift und alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Der Rechtsschutz erstreckt sich auch auf Datenbanken und andere elektronische Medien und Systeme. Kein Teil dieser Zeitschrift darf außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ohne vorherige schriftliche Zustimmung der VVW GmbH in irgendeiner Form vervielfältigt, verbreitet oder öffentlich wiedergegeben oder zugänglich gemacht, auf elektronischen Datenträgern gespeichert, in Datenbanken aufgenommen oder in sonstiger Form elektronisch verwertet werden.

**Gerichtsstand** Karlsruhe



## ONLINE-KIOSK

DIGITALISIERUNG BEGINNT JETZT!

### einfach. schnell. informieren.

- ✓ Online Unternehmenslizenz
- ✓ Webbasierter Flatrate-Zugriff
- ✓ Ohne zusätzliche Benutzerverwaltung
- ✓ Schnelle Schlagwortsuche
- ✓ Einzelne Seiten ausdrucken
- ✓ Wichtige Artikel weiterempfehlen

[vww-online.de/demo](http://vww-online.de/demo)



**BERATUNG.** vertrieb@vww.de  
Telefon +49 (0)721 35 09-118



**JETZT BESTELLEN.**  
vww.de



# Hallo! Herr Kaiser heißt jetzt Klaus Hermann und hat ein Buch geschrieben.

„Attraktive Mischung aus Liebeserklärung, Kritik und Aufklärung“

Michael H. Heinz, BVK-Präsident  
versicherungswirtschaft-heute.de, 11. Sept. 2019

 [vww.de](http://vww.de)



Der Versicherungsvermittler der Gegenwart hat nur noch herzlich wenig mit den zementierten Eindrücken der achtziger und neunziger Jahre gemein. „Ich bin kein Klinkenputzer“ ist eine Liebeserklärung eines leidenschaftlichen Versicherungsvertreeters.

Es ist auch eine Ursachensuche und Abrechnung mit den Fehlern der Vergangenheit.

Der Autor nimmt die Leser mit, auf eine spannende, unterhaltsame und überraschende Reise durch eine Welt, die alles andere als langweilig und berechenbar ist. Wer erfahren möchte, weshalb ein babylonischer König auf die Wappen der Versicherer gehört, was Ronaldo wirklich von Messi unterscheidet und warum es der Branche an Mut fehlt, ist hier genau richtig.

Klaus Hermann

© 2019 • 150 Seiten • Softcover

ISBN 978-3-96329-278-1 • 14,90 €