

# Der Vermittler

E-Magazin Versicherung, Vertrieb, Finanzen

FEBRUAR 2020

A portrait of Oliver Liebermann, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark suit, white shirt, and a red patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred office setting.

„Die Zeit der Einzelkämpfer neigt sich dem Ende zu“

MLP-Vertriebschef  
Oliver Liebermann  
über Beratungsleistungen in  
einem digitalen Ökosystem

## LEBENSVERSICHERUNG

Hoffnung für einen schwierigen Markt

## ZIELGRUPPEN

Was Selbstständige und Freiberufler brauchen

## PRODUKTE DES MONATS

U.a. mit Helvetia, Allianz und Liechtenstein Life

170 Aussteller  
90 Fachvorträge

Vertrieb, Social Media,  
Marketing, Recht

KV, LV, Sach, Investment, Sachwerte,  
Baufinanzierung und Bankprodukte

Uli Hoeneß

„Mr. DAX“ Dirk Müller



# MMM MESSE

**Münchner Makler- und  
Mehrfachagentenmesse**

**Der Treffpunkt für Vermittler**

**24. März 2020 | MOC München**



Jetzt kostenfreies Messticket sichern unter  
[mmm-messe.de/anmeldung](http://mmm-messe.de/anmeldung)

**fonds  
finanz**

# „Persönlichkeit lässt sich nicht digitalisieren“

*Markteinblick von MLP-Vertriebsvorstand Oliver Liebermann*

Es braucht heutzutage ein wenig Fantasie, um sich vorzustellen, wie MLP-Gründer Manfred Lautenschläger im Jahr 1971 als Pionier im Markt startete: Handschriftlich schrieb er damals Interessenten an, während Geschäftsreisen meldete er sich bei seinen Kunden aus der Telefonzelle. Mittlerweile hat sich die Kommunikation grundlegend geändert: Immer mehr Berater und Kunden nutzen Videoberatung, Banking-Apps sind eine Selbstverständlichkeit und Akquise über Social Media wird immer wichtiger. Doch auch wenn bereits die Kontaktaufnahme zunehmend digital abläuft und zahlreiche Apps, Vergleichsportale und Self Services den Markt überschwemmen: Viele Finanzfragen von Kunden sind so komplex, dass sie diese alleine nicht beantworten können oder wollen. Was all die Apps und Vergleichsportale nicht liefern können, ist die ganzheitliche und individuelle Betrachtung des Kunden: seine Situation verstehen, seine Wünsche kennen, seine Familie einbeziehen, seine Zukunftspläne berücksichtigen. Der persönliche Berater verfügt nicht nur über Markt- und Fachkenntnisse, sondern vor allem auch über Sozialkompetenz und Empathie für sein Gegenüber. Anders ausgedrückt: Persönlichkeit lässt sich eben nicht digitalisieren. Berater werden also auch in einer zunehmend digitalen Zukunft gebraucht und haben – innerhalb eines gut aufgestellten digitalen Ökosystems – beste Berufsaussichten.

Außerhalb einer finanzstarken Organisation, die dafür und genauso für die Anforderungen der zunehmenden Regulierung gerüstet ist, wird es allerdings herausfordernd für viele Vermittler. Erkennbar ist dies bereits am anhaltenden Vermittlersterben im Markt; mittlerweile ist die Zahl der registrierten Versicherungsvermittler auf unter 200.000 gesunken – zum Vergleich: 257.000 Vermittler waren es noch im Jahr 2011. Von denjenigen, die unter Druck geraten sind, machen sich auch immer mehr auf die Suche nach einer neuen Heimat im Markt. In unserem Markt neigt sich die Zeit der



Einzelkämpfer mehr und mehr ihrem Ende zu. Grundsätzlich benötigen Berater, um in diesem immer anspruchsvolleren Marktumfeld bestehen zu können, ein umfangreiches Paket an Unterstützungsleistungen: von einer systematischen Partner- und Produktauswahl über spezialisierte Serviceeinheiten und eine umfangreiche Akquiseunterstützung bis hin zu einer modernen IT-Infrastruktur mit entsprechenden Applikationen für die Beratung. Eine große Rolle spielt außerdem eine gute fortlaufende Beraterqualifizierung: Sie bietet gemeinsam mit einer engen Kundenbetreuung die entscheidende Basis für die Zufriedenheit der Kunden – und damit in der Folge für den wirtschaftlichen Erfolg jedes einzelnen Beraters und des Unternehmens insgesamt. Bei ihren Kunden punkten Makler aktuell besonders mit Geldanlage-Lösungen in der weiter andauernden Niedrigzinsphase. Viel Potenzial bietet etwa die Investition in Immobilien – insbesondere altersgerechtes Wohnen und Pflege sind wegen der Bevölkerungsentwicklung und dem zukünftig deutlich ansteigenden Pflegebedarf empfehlenswert. Die Herausforderung: Das Angebot guter Konzeptimmobilien ist knapp. Berater brauchen vorgelagerte Expertise bei der Objektbeurteilung und natürlich Zugriff auf ein breites Sortiment an vermittelbaren Immobilien. Dann profitieren beide Seiten: Kunden erhalten im Rahmen der Rundum-Beratung eine umfassende Anlageberatung, die auch die Potenziale von Immobilieninvestments ausschöpfen kann, während sich für Berater erweiterte Einkommensperspektiven ergeben. Ich erwarte nicht, dass es in den nächsten Jahren in unserer Branche ruhiger zugehen wird – im Gegenteil: Die „Veränderung in Dauerschleife“ wird sich fortsetzen. Wir sollten die neuen Möglichkeiten daher als Chancen für uns nutzen und durch gezielte Bildungsangebote, weitere digitale Tools für die Beratung sowie einen engen persönlichen Draht zu unseren Kunden zum Gewinner des Wandels werden. Dafür braucht es den Mut, gewohnte Pfade zu verlassen und auch mal unbequeme Entscheidungen zu treffen.

# „Jeder muss sich Differenzierungsmerkmale im Hinblick auf Vermittler und ihre Kunden erarbeiten“

Wie sich die Signal Iduna in Sachen Lebensversicherung positioniert

*Von Clemens Vatter*

Das Geldvermögen der Bevölkerung in Deutschland ist 2019 um 4,5 Prozent auf einen Rekordwert von 6,3 Billionen Euro gewachsen. Wie die Deutsche Bundesbank im Januar mitteilte, setzte sich damit im vergangenen Jahr ein seit 2017 anhaltender Trend fort. Die Deutschen versuchen, der Zinsflaute mit Sparleiß zu trotzen. Ein wesentlicher Beweggrund für das Sparen ist dabei die Vorsorge für die Zeit nach dem Erwerbsleben. Dass an der Altersvorsorge kein Weg vorbeiführt, zeigt eine im Dezember 2019 durchgeführte Umfrage im Auftrag des Deutschen Instituts für Altersvorsorge. Lediglich 27 Prozent der befragten Personen zwischen 18 und 64 Jahren denken, dass sie ihren Lebensstandard im Vergleich zu heute beibehalten können. Dagegen geht eine Mehrheit der Befragten (64 Prozent) davon aus, dass sie im Alter Abstriche machen müssen. Interessant: Das Vertrauen in die private und betriebliche Altersversorgung (bAV) wird von den Umfrageteilnehmern höher bewertet als das in die gesetzliche Vorsorge.

Wenn es um private und betriebliche Altersvorsorge geht, sind wir Lebensversicherer nach wie vor Spielführer, auch wenn der Handlungsdruck für die Branche groß ist. Aktuell bilden zinsgetriebene, regulatorische und gesellschaftliche Veränderungen das Spannungsfeld, in dem wir uns als Branche befinden. In diesem Umfeld schneidet die Lebensversicherung nach wie vor gut ab und wächst. Der GDV rechnet für das Jahr 2019 mit einer Steigerung von etwa 10 Prozent im Neugeschäft gegen laufenden Beitrag und von knapp 36 Prozent bei Lebensversicherungen gegen Einmalbeitrag. In der bAV wird ein Plus von 17 Prozent beim Neuzugang nach laufenden Beiträgen prognostiziert. Auch bei Signal Iduna standen die Zeichen im Geschäftsjahr 2019 in der Lebensversicherung auf Wachstum. Im Neugeschäft nach laufenden

Beiträgen, bezogen auf eingelöste Versicherungsscheine, rechnen wir mit einem Plus von etwa 11 Prozent – das höchste Neugeschäft der letzten fünf Jahre. Ein erfreulicher Trend geht von unserer Neupositionierung in der bAV aus.

## TARIFGEBUNDENES GESCHÄFT IST DER HEBEL

Die bAV erfährt derzeit starken politischen Rückenwind. Wir spüren, das Thema rückt dadurch stärker in das Bewusstsein von Arbeitgebern und Arbeitnehmern, was sich inzwischen auch im höheren Umsatz niederschlägt. Das tarifgebundene Geschäft ist dabei der größte Hebel für eine weitere Verbreitung der bAV. Denn tarifvertragliche Angebote haben für Arbeitgeber den Vorteil, dass diese auf eine einheitliche Branchenlösung zurückgreifen und die staatlichen Fördermöglichkeiten in der Personalpolitik sofort nutzen können. Ich sehe darin noch großes Potenzial für die bAV. Wir setzen uns im Rahmen des Transformationsprogramms Vision 2023 für eine höhere Durchdringung in unseren Kernzielgruppen Handel, Handwerk und Gewerbe ein. Ein Beispiel ist die bereits im vergangenen Jahr getroffene Vereinbarung der Tarifvertragspartner DEHOGA und NGG im Hotel- und Gaststättengewerbe mit der Signal Iduna.

In der Fokussierung sehe ich eine erfolgversprechende Strategie. Mit spezifischen Produkten und Services, die auf einer tiefen Branchenkenntnis fußen, bieten wir unseren Zielgruppen einen echten Mehrwert. Ein Beispiel dafür ist das neue Konzept SI WorkLife zur Einkommenssicherung. In der BU bewegen wir uns mit dieser Lösung jetzt im Spitzenfeld, weil wir unter anderem die Kalkulationsgrundlagen für Meisterberufe und den öffentlichen Dienst verbessert haben. Ich rechne mit einer zunehmenden Marktdurchdringung und höheren Abschlusszahlen bei körperlich Tätigen im Bereich

der Grundfähigkeitsversicherungen als bei BU-Versicherungen.

#### **GARANTIE OHNE WENN UND ABER**

Das Thema Garantien weckt regelmäßig Emotionen. Meist wird in diesem Zusammenhang das Ende der Lebensversicherung heraufbeschworen. Fakt ist, dass die Europäische Zentralbank mit ihrer Politik des billigen Geldes alle enteignet, die auf dem Sparbuch oder mit Tagesgeld für ihr Alter vorsorgen. Aus meiner Sicht ist das ein fatales Signal, denn die private Vorsorge trägt maßgeblich zum Wohlstand der aktuellen Rentnergeneration bei. Kein anderer Anbieter als die Versicherer können den Effekt der Negativzinsen mit ihren diversifizierten Portfolios und ihrer Anlagekompetenz zumindest abmildern. Die Lebensversicherung schneidet im Renditevergleich nach wie vor gut ab. Im Schnitt dürfte die laufende Verzinsung für Neuverträge in diesem Jahr bei klassischen privaten Rentenversicherungen laut Ratingagentur Assekurata bei rund 2,30 Prozent liegen. Angesichts der Negativzinsen der EZB und der Tatsache, dass sich Verwarentgelte der Banken für Privatkunden immer weiter ausbreiten, ist das ein solides Ergebnis. Wir stehen ohne Wenn und Aber zum Lebensversicherungsgeschäft, den gegebenen Garantien und dazu, die Bestände nicht in den Run-off zu geben. Alles andere stünde auch im kompletten Widerspruch zu unserem Selbstverständnis und unserer Tradition. In Zeiten von sehr geringen Zinserträgen und Minuszinsen leistet die Versicherungswirtschaft wie keine andere Branche auch sozialpolitisch einen immens wichtigen Beitrag dazu, dass die Menschen durch die private und betriebliche Vorsorge in der Rentenzeit gut leben können. Dieses gelingt uns mit passgenauen Produkten und Sicherheiten, die nur solide aufgestellte Unterneh-

men geben können. Der Versicherungsgedanke ist ein Kernelement unseres Geschäftsmodells. Der Bedarf, sich gegen die Lebensrisiken abzusichern, ist weiterhin vorhanden. Das Bedürfnis nach Sicherheit ist sogar sehr groß. Hier hat die Lebensversicherungswirtschaft ein Alleinstellungsmerkmal von so zentraler Bedeutung, dass man nicht oft genug darauf hinweisen kann. Die Absicherung des Langlebkeitsrisikos über das Kollektiv ist im Wettbewerb mit anderen Anbietern ein starkes Argument für die Lebensversicherung. Das macht uns einzigartig. Bei allem Anpassungsdruck sollten wir dies noch viel stärker betonen. Darüber hinaus muss sich jedes Unternehmen Differenzierungsmerkmale im Hinblick auf Vermittler und ihre Kunden erarbeiten. Die Digitalisierung bietet dazu gute Chancen. In der bAV sind wir diesbezüglich schon sehr weit. Die elektronische Unterschrift sowie digitale Beratungs- und Servicetools sind nur einige Stichworte. Mit der durchgängigen Digitalisierung haben wir für Vertrieb, Arbeitgeber und Arbeitnehmer einen sehr effizienten Prozess in der bAV geschaffen. Das hilft uns, auch das kleinvolumige Geschäft in der Breite effizient bearbeiten und verwalten zu können. Vermittler profitieren von Beratungstools, die wir für Fachberater und bAV-Spezialisten aufgesetzt haben. Damit können sie direkt in den Betrieben beraten, berechnen und konkrete Lösungen anbieten.

Der Markt bietet ausreichend Zukunftspotenzial für die Lebensversicherer. Die Herausforderung besteht in der ständigen Weiterentwicklung mit klarer Fokussierung auf den Kunden. So bleibt das Konzept der Lebensversicherung auch in Zukunft sehr attraktiv.

**Clemens Vatter**, Konzernvorstand Signal Iduna,  
zuständig für die Lebensversicherung



# Der große Traum vom Spitzengehalt

Nur jeder siebte Vermittler macht einen Gewinn von über 100.000 Euro.

*Von Michael Stanczyk*

**W**ie viel Geld braucht ein Versicherungsvertriebler zum glücklich sein? Diese Frage lässt sich nicht ganz einfach beantworten. Zu unterschiedlich der einzelnen Typen, ihre Motivationen und Bedürfnisse. Entsprechend unterschiedlich sind ihre Geschäfts- und Gewinnspannen. Versicherungs- und Finanzanlagenvermittler haben im vergangenen Jahr ihren Umsatz um vier Prozent und ihren Gewinn um acht Prozent gesteigert.

Allerdings liegen zwei Drittel beim Verdienst unter 50.000 Euro. Es gibt erhebliche Einkommensunterschiede in der Branche, wie das AfW-Vermittlerbarometer 2019 zeigt. Im Durchschnitt gaben Vermittler im Vorjahr einen Umsatz in Höhe von 108.120 Euro und einen Gewinn von rund 55.000 Euro an. Dies ist ein Ergebnis des AfW-Vermittlerbarometers, der jährlichen Online-Branchenumfrage des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung. Zwei Drittel der befragten 1.586 Vermittler befindet sich im Gewinn-Segment bis 50.000 Euro. Nur jeder siebte Vermittler erreicht einen Gewinn von über 100.000 Euro. „Die Umfrage unterstreicht eindrücklich, dass die auch in der Politik teilweise immer noch existierenden Klischees von einer in Geld schwimmenden Vermittlerschaft nicht der Realität entsprechen“, sagt Frank Rottenbacher. „Die Erhöhung des durchschnittlichen Gewinns resultiert daraus, dass kleine und unrentablere Vermittlerbüros aufgeben oder von größeren Unternehmen übernommen werden, die dann effizienter mit den Beständen arbeiten können“, analysiert der Vorstand des Bundesverband Finanzdienstleistung AfW.

Laut einer Studie von Gehalt.de aus 2019 verdienen Fachkräfte zu Beginn ihrer Karriere allgemein ein durchschnittliches Jahresgehalt von rund 30.100 Euro. Gegen Ende ihrer Laufbahn, mit ungefähr 60 Jahren, liegt ihr durchschnittliches Jahreseinkommen bei rund 50.500 Euro. Insgesamt verdienen Fachkräfte im Laufe ihres Lebens 1,8 Mio. Euro. Die Transparenz bei der Vermittlervergütung ist „relativ stark“ ausgeprägt. So bejahen 69 Prozent der Immobiliendarlehensvermittler die Aussage, dass ihre Kunden wissen, wie und in

welcher Höhe sie für ihre Beratungsleistung vergütet werden. Die Versicherungsvermittler haben noch Nachholbedarf. Nur jeder Zweite gibt an, dass seine Kunden über die Vergütung Bescheid wüssten. Immerhin 22 Prozent lehnten die Aussage zur Transparenz in der Vergütung ab, 26 Prozent standen der Aussage neutral gegenüber. „Das Ergebnis zeigt, dass sich Vermittler des Wertes Ihrer Dienstleistung mehr und mehr bewusst sind und bereit sind, diese offen beim Kunden anzusprechen“, erklärt Rottenbacher.

Indes steigen Führungskräfte branchenübergreifend laut Gehalt.de schon in jungen Jahren mit einem Jahresgehalt von rund 62.000 Euro ein. Mit 60 Jahren hat sich dieser Wert mehr als verdoppelt, rund 128.000 Euro verdienen sie dann. So kommen Führungskräfte im Laufe ihrer Karriere auf ca. 3,7 Mio. Euro. „Die Übernahme von Personalverantwortung sowie der Wechsel in ein Großunternehmen machen sich sehr stark beim Gehalt bemerkbar. Allerdings ist der berufliche Werdegang stets durch individuelle Entscheidungen mit persönlichen Vorlieben geprägt. Nicht jeder fühlt sich in einem Konzern wohl oder will leitende Aufgaben übernehmen“, erklärte Philip Bierbach, Geschäftsführer von Gehalt.de. Was die Studie ebenfalls deutlich zeigt: Weibliche Fachkräfte verdienen weniger als ihre männlichen Kollegen. Je älter, desto größer ist diese Entgeltlücke. So liegt sie im Alter von 20 Jahren noch bei zwölf Prozent, im Alter von 60 Jahren verdienen Männer dagegen sogar 31 Prozent mehr als ihre Kolleginnen. Auch bei Führungskräften ist der Gender Pay Gap groß: So erhalten weibliche Führungskräfte am Ende ihrer Karriere rund 92.000 Euro pro Jahr. Männer beziehen dagegen rund 126.000 Euro. Eine weitere Rolle für die Gehaltsentwicklung spielt zudem der akademische Abschluss. Denn Nicht-Akademiker verdienen zwar früher eigenes Geld. Dafür erhalten sie aber Zeit ihres Lebens ein geringeres Gehalt als ihre studierten Kollegen. So liegt die Gehaltsdifferenz zwischen Beschäftigten mit und ohne Abschluss mit 50 Jahren bei fast 30.000 Euro jährlich zugunsten der Akademiker.

[stanczyk@vww.de](mailto:stanczyk@vww.de)

# „Vermittler und Makler werden immer wieder von der Höhe der Provisionen geleitet“

Pia Jochem, Customer Relationship Managerin Getsafe, über bequeme Versicherungslösungen

*Interview: Tobias Daniel*

## **DER VERMITTLER: Was denken Sie über Versicherung?**

**PIA JOCHEM:** Sie haben den Ruf, intransparent und kompliziert zu sein. Das macht sie zu einem herausfordernden Produkt: Einerseits sind Versicherungen beratungsintensiv und für viele Kunden Vertrauensgüter. Andererseits sind die Versicherungsleistungen und Vertragsbedingungen oft standardisiert – die Produkte also austauschbar. Nur wenige Menschen haben Lust, sich tiefergehend mit Versicherungen auseinanderzusetzen. Sie wollen schnelle, bequeme Lösungen, die sie leicht verstehen und sonntagabends mit wenigen Klicks vom Sofa aus kaufen können. Das beobachten wir besonders bei jungen Kunden, die zum ersten Mal eine Versicherung abschließen. Versicherer müssen hier radikal umdenken.

## **Hinzu kommt der Umstand, dass sich die Berufsgruppe der Vermittler nicht unbedingt einer großen Beliebtheit erfreut ...**

Das ist nicht zu unterschätzen. Vermittler und Makler werden bei Kundengesprächen leider immer wieder von der Höhe der Provisionen und nicht dem eigentlichen Bedürfnis der Kunden geleitet. Dann wird mitunter eine Police empfohlen, die nicht sinnvoll ist. Auch die Finanz- und Immobilienkrise haben das Ansehen von Vermittlern und Maklern nachhaltig beschädigt. Doch das ist nur eine Seite; wir beobachten vor allem, dass viele junge Menschen flexibel sein möchten. Sie sind es gewohnt, Informationen und Services jederzeit auf Abruf zu erhalten und bevorzugen monatliche Mitgliedschaften wie bei Netflix und Spotify anstelle langfristiger Verträge. Der Versicherungsjargon mit vielen Fachbegriffen und komplizierten Sachverhalten trägt ebenfalls dazu bei, dass Kunden hier skeptisch sind.

## **Wie können die Versicherer den Spagat zwischen persönlich und digital hinbekommen?**

Indem sie viel stärker auf digitale Lösungen setzen. Und das tun viele Versicherer auch. Sie haben die neuen Kundenerwartungen ja erkannt und sind nicht untätig. Doch die Unternehmen kämpfen mit veralteten IT-Systemen, mit unterschiedlichen rechtlichen Einheiten, mit papierbasierten Prozessen und mit einem Flickenteppich unterschiedlicher Hard- und Software, der zu unzähligen Datensilos führt. Es mangelt also nicht am Willen, aber es dauert sehr, sehr lange.

## **Wie können Versicherer Entwicklungen wie KI und Chatbots für mehr Transparenz nutzen? Und welche Rolle können Robo Advisors dabei spielen, die bei Versicherern aktuell nur wenig im Einsatz sind?**

Intelligente Systeme wie Chatbots, Robo-Berater oder Sprachassistenten sind ein gutes Werkzeug, um den Kundenservice spürbar zu entlasten. Gerade junge Kunden bevorzugen im Zweifelsfall eine klare Self-Service-Strategie, die es ihnen ermöglicht, alle Details ihrer Versicherung jederzeit und selbstständig zu ändern. Die Versicherungsbranche steht hier erst ganz am Anfang. Noch sind die meisten Systeme regelbasiert und lernen noch nicht selbst. Doch es gibt bereits digitale Sprachassistenten, die natürliche Sprache verarbeiten und direkt mit dem Kunden interagieren. Ob schriftlich oder telefonisch – das Grundprinzip ist das Gleiche: Mitarbeiter werden von Routineaufgaben entlastet, sodass sie mehr Zeit für jene Fragen haben, bei denen ein persönlicher Kontakt wirklich notwendig ist. In Zukunft werden Maschinen auch dabei helfen, den besten Versicherungsschutz anzubieten und zu mehr Transparenz beitragen. **daniel@vww.de**



# Zug um Zug zum Kunden

Welche Produkte Potenzial haben. Ein Kurzüberblick.

*Von Redaktion*



**W**elche Folgen Regulierung, Digitalisierung und Niedrigzinsen auf den Vertrieb 2020 haben werden, erzählten führende Manager der Zeitschrift Insider. Darunter Angelo O. Rohlf, Vertriebsvorstand bei der VHV, Gerrit Böhm, Vorstand der Volkswohl Bund Versicherungen und der Dortmunder Lebensversicherungen sowie Marcus Stephan, Vorstandsmitglied der InterRisk Versicherungen. „Ich bin mir sicher, dass die regulatorischen Anforderungen weiterhin steigen werden und bspw. die Verwaltung der Kundendaten immer aufwendiger wird“, ist sich Angelo O. Rohlf, Vertriebsvorstand bei der VHV, sicher. „Im Poolbereich wird aufgrund der zunehmenden regulatorischen Anforderungen der Kosten- und Prozessdruck zunehmen.“

Marcus Stephan, Vertriebsdirektor bei der InterRisk Versicherungs-AG, glaubt, dass aufgrund der technischen Möglichkeiten auch die Erwartungen gestiegen seien. Um diese zu erfüllen, „wird für Makler die Zusammenarbeit mit Pools – wenn sie die richtigen Services bieten – immer attraktiver. Und gerade deshalb ist es auch für Versicherer wichtig, sich auf die Zusammenarbeit mit Pools besser einzustellen.“ Stephan wird ab dem 1. Juni 2020 neuer Leiter des Vertriebs- und Marketing-Ressorts der InterRisk und denkt, dass Chatbots und die persönliche Beratung sich „wunderbar ergänzen: Sofern die Technik sinnvoll eingesetzt wird, bleibt dadurch letztlich mehr Zeit für die persönliche Beratung.“

Zuspruch erhält Stephan von Gerrit Böhm, Vorstandsmitglied der Volkswohl Bund Versicherungen: „Die neuen Technologien können gute Werkzeuge sein, um die persönliche Beratung zu unterstützen. Fakt bleibt aber, dass komplexe Langfrist-Themen wie die persönliche Altersvorsorge oder die Absicherung der Existenz nur in der persönlichen Beratung umfassend erfasst werden.“ Böhm's Argument ist, dass es trotz Online-Plattformen ja immer noch Reisebüros gebe. „Das ist in unserer Branche nicht anders.“

Beim Thema Provisionsdeckel erwartet der Manager keinen kräftigen Maklerrückgang. „Ich befürchte eher, dass es

zu Ungerechtigkeiten zwischen den Vertriebswegen kommt. Freie Vermittler werden mit der Situation stärker zu kämpfen haben als der angestellte Außendienst. Gravierender ist es aus meiner Sicht zudem die daraus resultierende Situation für den Verbraucher. Ein freier Vermittler erhält die Provision für seine Beratungsleistung. Gib es eine gesetzliche Verdienstgrenze, ist zu befürchten, dass Menschen die dringend benötigte Beratung nicht mehr erhalten.“

Neben dem Provisionsdeckel bereitet den Versicherern der Niedrigzins Sorgen. Bei den Produkten müssen sie nachjustieren. Böhm: „Wir glauben, dass sich immer mehr modernen kapitalmarktnahe Produkte etablieren werden.“ Vor allem im fondsgebundenen Bereich, aber auch eine indexgebundene Rentenversicherung hat seiner Meinung nach Chancen auf dem Markt. Aber auch die Cyberdeckung müssen Versicherer neu platzieren. Nicht nur Unternehmen fragen an, sondern viele Makler wollen vermehrt für sich eine Cyberversicherung abschließen, stellt Angelo O. Rohlf von der VHV fest. Auch Gewerbeversicherungen sieht er auf dem Vormarsch. Viele Unternehmen seien nach wie vor unterversichert. Gewerbeprodukte seien nicht so komplex wie man denkt, betont Rohlf. Makler sind mit ihren Rechentools gut für ein intensives Gespräch vorbereitet.

Alle drei Manager sehen in biometrischen Produktlinien ebenfalls ein großes Potenzial. Sowohl bei der klassischen Arbeitskraftversicherung, der Berufsunfähigkeit und den Grundfähigkeitsversicherungen, so Böhm. Marcus Stephan betont die grundsätzliche Veränderung in der Tarifwelt: „Kunden erwarten heute einfach mehr von einer Versicherung als früher. Nicht nur der reine Versicherungsschutz steht im Vordergrund, sondern auch der Service und zusätzliche Angebote spielen eine Rolle. Kurzum: Kunden wünschen sich, dass sich die Versicherung im Fall der Fälle wirklich um sie kümmert, und hier sehe ich eine große Stärke.“

**redaktion-vw@vww.de**



**Matthias Uebing, Gründer:** „Wer Selbständige und Freiberufler gut versichern möchte, sollte genauso denken und handeln wie sie.“

# Angebot nach Maß

Die Erwartungshaltung von Selbstständigen und Freiberuflern an Versicherungsprodukte wird aus ihrem eigenen beruflichen Hintergrund gespeist. Die meisten Anbieter werden den hohen Ansprüchen allerdings noch nicht gerecht.

*Von Dr. Matthias Uebing, Gründer und COO der mailo Versicherung AG*

**G**anze 74 Prozent der befragten Selbständigen und Freiberufler – vom klassischen Bürobetrieb bis hin zum Online-Händler oder Blogger – den traditionellen Versicherungsunternehmen in Deutschland ein schlechtes Zeugnis aus: Die derzeit am Markt erhältlichen Gewerbeversicherungen seien noch nicht auf die speziellen Bedürfnisse ihrer Berufsgruppe zugeschnitten und zudem mitunter sogar regelrecht intransparent. Für die Studie Fokus Selbständigkeit hat die mailo Versicherung AG zusammen mit dem Marktforschungsinstitut Innofact mehr als 900 Freiberufler und Selbständige befragt. Ironie des Schicksals: Die Makler und Versicherungsvertreter wissen eigentlich sehr genau, wo bei Freiberuflern und Selbständigen der Schuh drückt. 88 Prozent der Befragten gaben an, dass sich ihr Versicherungsvertreter oder Makler gut oder sehr gut mit den Bedürfnissen der Selbständigen und Freiberufler auskenne.

Nach Angaben des Marktforschungsinstituts Statista stieg die Zahl der Selbständigen in freien Berufen in Deutschland von 514.000 im Jahr 1992 auf mehr als 1,4 Millionen im Jahr 2018. Freelancer fühlen sich aber nicht nur von den Versicherern stiefmütterlich behandelt. Kritik äußern die Selbständigen auch an den allgemeinen Rahmenbedingungen in Deutschland: 95 Prozent sind davon überzeugt, dass die Wirtschaftspolitik sich vor allem um große Unternehmen und Konzerne kümmert. Und neun von zehn sagen, dass die Bedeutung der Selbständigen und Freiberufler für den Standort Deutschland in der Öffentlichkeit zu wenig gewürdigt werde. Das schlägt sich laut der mailo-Studie auch in einer ausbordenden Bürokratie nieder. Und der „lästige Papierkram“ kostet Zeit: Jeder dritte Selbständige verbringt mindestens 20 Prozent seiner Arbeitszeit mit nicht-wertschöpfenden Tätigkeiten. Bei jedem Zehnten fressen Buchführung, Banking, Versicherungsangelegenheiten und Behördengänge sogar ein Drittel oder mehr der produktiven Zeit auf.

Dass es sich bei Selbständigen und Freiberuflern um eine durchaus selbstbewusste Klientel handelt, unterstreicht die Studie. Denn trotz aller deutlich adressierten Widrigkeiten

würden 86 Prozent der Befragten die Entscheidung, sich selbständig zu machen, heute immer noch so treffen. Dass aber nur gut jeder zweite Studienteilnehmer es angestellten Arbeitnehmern empfiehlt, sich in seiner Branche selbständig zu machen, sollte vor allem die Politik aufhorchen lassen.

Eine Möglichkeit, wie Makler ihren Kunden zielgruppengerechte Lösungen zusammenstellen können, sind modulare Angebote. Diese können auch als White-Label-Produkte angelegt sein, um Maklern die Möglichkeit zu geben, ihre Expertise im Bereich Gewerbeversicherungen noch stärker herauszustellen. Die anpassbaren Policen können individuell auf Geschäftsmodelle, Umsatzgrößen und Absicherungsbedarfe zugeschnitten werden. Davon profitieren vor allem Freiberufler, die in neuen Berufsfeldern des E-Commerce oder der Social-Media-Welt aktiv sind. Ihre Bedürfnisse werden von den klassischen Produkten bisher nur teilweise abgedeckt. Aber auch Selbständige in „etablierten“ Bereichen wie etwa der Gastronomie haben davon Vorteile. Ein weiteres Beispiel ist die Beraterpolice. So gibt es bei Unternehmensberatern viele Projekte, die ohne die richtige Versicherung nicht zustande kommen. Dabei handelt es sich in der Regel um eine Vermögensschaden- bzw. Berufshaftpflicht, die vom Auftraggeber schlichtweg erwartet wird, bevor er ein Beratungsmandat vergibt. Vor diesem Hintergrund kann bei mailo eine solche Police auch noch unmittelbar vor Abschluss eines Beratungsvertrages innerhalb weniger Minuten abgeschlossen werden.

Um solche Policen und White-Label-Lösungen auch kurzfristig marktreif zu bekommen, muss die Produktentwicklung einer Versicherung agil, flexibel und konsequent an den Bedürfnissen der Kunden und Vertriebspartner ausgerichtet sein. Zudem sollten Kunden und Partner aktiv in den Entwicklungsprozess einbezogen werden. Kurz gesagt: Wer Selbständige und Freiberufler gut versichern möchte, sollte genauso denken und handeln wie sie.

**Dr. Matthias Uebing**, Gründer und COO  
mailo Versicherung AG

# Türöffner für das Geschäft mit den vier Wänden

Gebäudepolice gelten als unverzichtbare Deckung für jede Immobilie. Dennoch sind nur knapp mehr als die Hälfte der Hausbesitzer gewerblich genutzter Gebäude versichert. Ein unerschöpfliches Vertriebspotenzial für Versicherungsmakler – nur mit entsprechender digitaler Unterstützung.

*Von Christopher Leifeld*

**B**etriebshaftpflicht-, Inhalts- und Kfz-Versicherung gelten im Gewerbesegment als vielversprechende Türöffner. Aber auch die Gebäudeversicherung sollte im Repertoire eines jeden Vermittlers nicht fehlen. Der Markt für gewerbliche Gebäudeversicherungen ist enorm groß: laut dem dena-Gebäudereport 2016 gibt es in Deutschland knapp 3 Millionen Nichtwohngebäude – wobei Industriegebäude nicht einmal eingerechnet sind. Das sind somit knapp 3 Millionen potenzielle Kunden. Egal ob Lagerhalle oder Einkaufszentrum – wird eine Immobilie überwiegend gewerblich genutzt, wird auch eine gewerbliche Gebäudeversicherung benötigt.

Auch die Notwendigkeit von Gebäudeversicherungen lässt sich kaum bestreiten. Kommt es zu einem Feuer, beschädigt Leitungswasser infolge eines Rohrbruchs das Gebäude oder richtet ein Unwetter Schaden an der Immobilie an, muss der Gebäudebesitzer ohne passenden Versicherungsschutz für die Kosten aufkommen. Des Weiteren können durch Mietausfälle oder Betriebsunterbrechungen weitere Folgen mit einem Schaden am Gebäude zusammenhängen. Dennoch sind laut der Gothaer KMU-Studie 2018 nur etwas mehr als die Hälfte der kleinen und mittelständischen Unternehmen durch eine gewerbliche Gebäudeversicherung abgesichert. So entsteht für Versicherungsmakler ein attraktiver Vertriebsansatz bei seinen Kunden.

## **NUTZUNGSART DER IMMOBILIE KLÄREN**

Zunächst gilt es die richtige Sparte der Gebäudeversicherung zu identifizieren. Rein wohnwirtschaftlich genutzte Gebäude benötigen eine private, geschäftlich genutzte Immobilien hingegen eine gewerbliche Gebäudeversicherung. Bei Mischnutzung wird in der Regel die mehrheitliche Nutzungsart zugrunde gelegt. Wird das Gebäude also zu mehr als 50 Prozent gewerblich genutzt, muss eine gewerbliche Gebäu-

deversicherung abgeschlossen werden. Als Rechengrundlage dient meist die Quadratmeterzahl des Gebäudes.

Was vielen Maklern nicht bewusst ist: Die private und gewerbliche Gebäudeversicherung unterscheiden sich nicht nur durch die Nutzungsart der Immobilie. Auch bei den Versicherungsmodellen zeigen sich oftmals immense Differenzen. Private Gebäudeversicherungen werden meist nach dem Wert 1914 versichert. Geschäftsgebäude hingegen werden in Höhe des aktuellen Neuwerts abgesichert. Wieso diese Unterscheidung so wichtig ist? Anders als bei der privaten Gebäudeversicherung wird die Versicherungssumme der gewerblichen Gebäudeversicherung nicht automatisch an die Steigerung der Baukosten angepasst. Der Versicherungsschutz muss also regelmäßig geprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

## **WERTERMITTLUNG IST NICHT BANAL**

Die Wahl der richtigen Gebäudeversicherung ist jedoch noch die geringste Hürde beim Versichern von Geschäftsgebäuden. Deutlich herausfordernder ist die Bestimmung des Versicherungsbedarfs. Fehlende Brandschutzmeldeanlagen, Lagerung umweltgefährdender Stoffe, veraltete Rohre – Gebäude bergen eine Vielzahl an Risikofaktoren. Eine pauschale Bestimmung des Risikos? So gut wie unmöglich. Um Versicherungslücken zu vermeiden, ist eine individuelle und umfassende Risikoanalyse unverzichtbar. Dabei müssen sowohl der Wert des Gebäudes als auch das bestehende Risiko fehlerlos erfasst werden – eine großartige Möglichkeit für den Versicherungsmakler die Kundendiskussion zu suchen.

Des Weiteren ist auch die Ermittlung des Gebäudewerts nicht immer banal. Denn: Grobe Schätzungen sind sicherlich kaum ausreichend. Auch der Baupreis von vor 40 Jahren kann nicht einfach übernommen werden. Um den Wert des Gebäudes zu bestimmen, sollten Vermittler im Zweifel ein

Gutachten erstellen lassen. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Versicherungssumme im Schadensfall auch tatsächlich die Wiederaufbaukosten abdeckt. Es gibt aber auch einige digitale Tools am Markt, die bei der Ermittlung helfen und sogar zugleich einen Unterversicherungsverzicht des Versicherers beinhalten. Klassische Wertermittlungen folgen einer Summenermittlung der Sachwerte durch beispielsweise Flächenmodelle oder umbauten Raum. Andere Tools greifen zusätzlich noch auf Geoinformatik und amtliche Daten zurück. Nur durch ein vom Versicherer anerkanntes Wertgutachten kann zumeist ein Unterversicherungsverzicht erzielt werden. Dieser ist jedoch unbedingt empfehlenswert.

#### IMMENSE PRÄMIENUNTERSCHIEDE AM MARKT

Auch bei der Auswahl des Leistungsumfangs spielt die Risikoanalyse eine zentrale Rolle. Nicht jedes Risiko ist pauschal im Versicherungsschutz eingeschlossen. Viele Risiken müssen über Deckungserweiterung zusätzlich abgesichert werden. Dabei sollten jedoch nur wenige dieser Add-Ons prinzipiell in den Versicherungsschutz einer jeden Immobilie eingeschlossen werden.

---

**„Anders als bei der privaten Gebäudeversicherung wird die Versicherungssumme der gewerblichen Gebäudeversicherung nicht automatisch an die Steigerung der Baukosten angepasst. Der Versicherungsschutz muss also regelmäßig geprüft und gegebenenfalls angepasst werden.“**

---

Ein Beispiel hierfür: die Elementarversicherung. Anders als viele andere Risiken gefährden Elementarschäden grundsätzlich jede Immobilie. Auch Wetterstatistiken belegen: Das Risiko für Schäden an Gebäuden aufgrund von Unwettern steigt. So verursachten laut einer Studie des GDV Naturschäden 2017 versicherte Gebäudeschäden im Wert von 2,9 Mio. Euro – knapp eine halbe Mio. Euro mehr als im Vorjahr. Generell gilt jedoch: Das Risiko bestimmt den Bedarf. Handelt es sich um ein besonders großes oder altes Gebäude? Hier unbedingt Regenabflussrohre innerhalb des Gebäudes absichern. Die Immobilie befindet sich an einer viel befahrenen

Straße? Dann lohnt es sich Fahrzeuganprall in den Versicherungsschutz mitaufzunehmen. Beinhaltet das Geschäftsgebäude hingegen Mietraum, empfiehlt es sich eine Mietausfallversicherung abzuschließen. Das macht deutlich: Der Versicherungsschutz eines Firmengebäudes steht und fällt mit der Risiko- und Bedarfsanalyse des Kunden.

Doch wie viel muss der optimale Schutz für das Gebäude eigentlich kosten? Die Antwort hierauf hängt von zahlreichen Faktoren ab. So beeinflussen natürlich Wert und Risiko der Immobilie wie auch die gewählten Deckungserweiterungen die Prämie. Aber auch bei sehr vergleichbarem Deckungsumfang zeigen sich große Prämiendifferenzen auf dem Markt. Dafür haben wir Prämienanalysen am Markt durchgeführt. Unsere Analyse hat sowohl die drei günstigsten Angebote untereinander als auch das günstigste mit dem teuersten Angebot für Dutzende Risikosituationen verglichen. So weisen die drei günstigsten Versicherer untereinander einen durchschnittlichen Preisunterschied von rund 30 Prozent auf. Zwischen dem günstigsten und dem teuersten Angebot hingegen liegen bereits durchschnittlich rund 250 Prozent Prämienunterschied. Das Fazit: ein Marktvergleich ist unabdingbar für ein top Preis-Leistungsverhältnis. Auch hier bieten digitale Tools wie Vergleichsrechner oder Ausschreibungsplattformen eine Unterstützung für Vermittler.

#### DIE RICHTIGEN DIGITALEN HELFER MACHEN ES MÖGLICH

Versicherungen für gewerblich genutzte Gebäude stellen ein vielversprechendes Vertriebspotenzial für Versicherungsmakler dar. Wer die richtigen Kniffe kennt und ein paar digitale Helfer zur Hand hat, kann sich auch schnell in das Thema einarbeiten. Gute digitale Lösungen begleiten den Vermittlungsprozess sogar von Bedarfsanalyse über Wertermittlung, Risikoerfassung, Ausschreibung, Bedingungsvergleich, Dokumentation bis zum Deckungsauftrag. Selbst erste Vergleichsrechner sind mittlerweile für Gebäudeversicherungen verfügbar. So können auch gewerbliche Gebäude effizient und prozesssicher vermittelt werden. Wertermittlungsbögen je Versicherungsgesellschaft, Vor-Ort-Gutachten, händischer Bedingungsvergleich und viele andere Herausforderungen können somit vielfach vereinfacht werden. Auch die gewerbliche Gebäudeversicherung ist also inmitten der Digitalisierung angekommen.



**Christopher Leifeld**

Geschäftsführer und Co-Founder von  
Gewerbeversicherung24

# Ein Abschluss ist nicht genug

Das Jahr 2018 markierte einen Umbruch in der Versicherungsbranche. Das vielzitierte Betriebsrentenstärkungsgesetz trat mit Wirkung zum 1. Januar 2018 in Kraft und hat mittlerweile begonnen seine Wirkung zu entfalten. Wenn wir uns die Landschaft der Betrieblichen Altersvorsorge genauer anschauen, war das dringend nötig.

*Von Dominik Muhler*

In vielen Betrieben herrschte ein großes Ungleichgewicht bei den Beschäftigten: Der eine bekam einen Zuschuss zur Betriebsrente, der andere nicht, was auch auf fehlende Versorgungsordnungen zurückzuführen ist. Viele Arbeitgeber wurden dahingehend beraten, dass die Ersparnis der Lohnnebenkosten für sie ein Ertrag oder eine neue Finanzierungsquelle – je nach Anzahl der Mitarbeiter – sein könne. Dies wieder aus den Köpfen der Arbeitgeber herauszubekommen, dass eben nun 15 % Zuschuss gezahlt werden müssen, wenn tatsächlich Lohnnebenkosten gespart werden, war die erste Hürde. Gut gemeint ist nicht immer gut gemacht. Vieles, was das BRSBG gebracht hat, wird im Nachgang aufgrund verschiedener Auslegungsmöglichkeiten vor Gericht geklärt werden müssen. Und um ehrlich zu sein: Noch nicht bei jedem – weder aufseiten der Arbeitgeber, der Arbeitnehmer oder auch aufseiten der rechts- und steuerberatenden Berufe – sind die neuen Spielregeln hinlänglich bekannt, bzw. besteht Konsens. Dies führt regelmäßig zu Diskussionen in der Praxis und auch dazu, dass Anfragen und Klarstellungen bei den zuständigen Stellen und Ministerien eingeholt werden müssen.

In der täglichen Arbeit dominieren weiterhin Fragestellungen zur Zuschusspflicht: Wann greifen diese? Ist die spitze Abrechnung nicht besser? Kann ich auch mehr als die 15 % AG-Zuschuss bezahlen? Wie passen wir bestehende Versorgungsanordnungen an die aktuelle Rechtslage an? Ich zahle doch schon etwas dazu, muss ich das zusätzlich? Was ist, wenn ich den Versorgungspartner wechsele? Dann ist da noch das Sozialpartnermodell – für viele eine Art Blackbox – was steckt dahinter? Vorgelagert würde ich Folgendes sagen: Das Sozialpartnermodell hat Chancen, genauso wie der VW Golf seinerzeit. Am Anfang war man vorsichtig, denn alles was neu ist, hat erwiesenermaßen – ich nenne es – Kinderkrank-

heiten, an denen sich keiner die Finger verbrennen möchte. Doch wenn wir auf den VW Golf schauen, dominiert er nach wie vor vielerorts das Straßenbild. Man könnte sagen, er hat sich trotz der vielen anderen Autos auf den deutschen Straßen, die ich hier als Synonym für die vielen anderen Durchführungswege in der bAV erwähnen möchte, langfristig etabliert.

Was ist das Sozialpartnermodell für ein Konstrukt? Zunächst einmal ist es eine Vereinbarung zwischen Arbeitgebern und Gewerkschaften über eine Betriebliche Altersvorsorge, die von diesen in den jeweiligen Tarifvertrag aufgenommen werden kann. Das Sozialpartnermodell hat dann in jedem Unternehmen, das dem jeweiligen Tarifvertrag unterliegt, seine Gültigkeit. Bis hierhin ist es noch recht einfach nachzuvollziehen, doch im Folgenden wird meines Erachtens nach klar, warum das Sozialpartnermodell nicht zu einem Run auf die bAV führt.

1. Des Sparerers und des Bundesbürgers liebste Sparform sind nach wie vor Sichteinlagen wie Tagesgeld- und Festgeldkonten, Spargbücher oder auch Rentenversicherungen, die zum Ende der Laufzeit mindestens das eingezahlte Kapital garantieren und einen Höchstrechnungszins auf die Einlagen gewähren.

2. Die reine Beitragszusage des Sozialpartnermodells – die „Nahles-Rente“ – ist ebenfalls für viele Neuland. Wie funktioniert diese also? Für die Umsetzung eines Sozialpartnermodells eignen sich die Durchführungswege der Direktversicherung, der Pensionskasse und auch des Pensionsfonds. Das Kapital muss aber in einem separaten Deckungsstock geführt werden, für den es keine Garantien geben darf. Einziger Anker für ein evtl. festgelegtes Leistungsniveau ist ein möglicher, im Tarifvertrag festgelegter Sicherheitsbeitrag, den der Arbeitgeber leistet. Und genau hier liegt das Pro-



blem, denn der Arbeitgeber sagt seinem Arbeitnehmer die Zahlung von Betrag X in seine bAV zu. Aber was die Versorgungseinrichtung am Ende als lebenslange Altersrente (kein Kapitalwahlrecht) auszahlt, darf es eben genau dafür keine Garantien geben.

3. Das Sozialpartnermodell greift nur in Unternehmen mit Tarifbindung. Was ist aber mit Unternehmen, die sich bewusst gegen eine Tarifbindung entschieden haben? Die Vermutung liegt wohl nahe, dass hier Unsicherheit besteht, ob ein Sozialpartnermodell eine Tarifbindung durch die Hintertüre verursachen kann. Allerdings sollen Unternehmen auf die Lösung zugreifen können, ob und inwiefern sich daraus eine Tarifbindung ableiten lässt, wird erst die Zeit zeigen können.

### **EINIGE VERSICHERER RUFEN**

#### **VORSORGEINRICHTUNGEN INS LEBEN**

Warum also sollte das Sozialpartnermodell trotz aller Unkenrufen nicht doch ein Erfolg werden? Es geht meiner Meinung nach nicht darum, dass das Sozialpartnermodell alles bisher Bestehende ersetzen und verdrängen soll. Nein, es geht vielmehr darum, die Betriebliche Altersvorsorge als Baustein für ein sorgenfreies Leben in neuem Licht erstrahlen zu lassen und eine einfachere Möglichkeit der Durchführung zu schaffen. Ebenfalls nicht außer Acht lassen sollte man hierzu eine Umfrage der Axa, welche gemeinsam mit V.E.R.S. Leipzig gestartet wurde: 77 % aller Gewerkschaften und 65 % aller Arbeitgeberverbände stehen demnach der Einführung des Sozialpartnermodells positiv gegenüber. Ein weiterer Vorteil liegt aber auch in der reinen Beitragszusage. Die Kritiker des Sozialpartnermodells werden wahrscheinlich entgegennen, dass dies eine reine Enthftung der Arbeitgeber darstellt, da nur die Beitragszahlung zugesagt wird, nicht aber die spätere Rentenleistung. Allerdings sollte an dieser Stelle beachtet werden, dass die Haftung des Arbeitgebers bei der Betriebsrente für viele Unternehmer ein relevanter Punkt ist, keine Betriebsrente einzuführen. Stimmt – eine Betriebsrente kann zu Zeitbomben führen, wenn sie nicht richtig gemacht ist und nicht regelmäßig überprüft wird.

Des einen Kritik, ist aber die Chance auf der anderen Seite: Zum einen wird Arbeitgebern das Argument genommen, dass Sie aufgrund der Haftungsthematik keine Betriebsrente im Betrieb anbieten, zum anderen bieten sich weitere Vorteile: Garantien in der Lebens- und Rentenversicherung sind teuer und kosten den Sparer wertvolle Rendite. Durch den Wegfall der Garantien im Sozialpartnermodell wird deutlich, dass durch die freiere Kapitalanlage über die Laufzeit im Schnitt höhere Rentenleistungen möglich sein werden, als über rein konventionelle teurere Lösungen. Einige Versicherer haben bereits Versorgungseinrichtungen ins Leben geru-

fen: „Initiative Vorsorge“, ein Zusammenschluss der Alten Leipziger, LV1871, der Bayerischen und des Volkwohlfundes, welche über den Durchführungsweg der Direktversicherung und die Kapitalanlageverwaltung der HSBC Global Asset Management abgebildet werden. „Das Rentenwerk“, in welchem sich die Barmenia, Debeka, Gothaer, HUK-Coburg und die Stuttgarter zusammengeschlossen haben und die Vorteile der beteiligten VVaGen hervorheben. „Die Deutsche Betriebsrente“, bei der die Talanx-Gruppe und die Zurich ihre Kräfte bündeln. Bei „Die Deutsche Betriebsrente“ ist im letzten Quartal des Jahres 2019 ein Erfolg erzielt worden.

Die Gewerkschaft ver.di und die Talanx-Gruppe haben sich auf einen Haustarifvertrag geeinigt, der es den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ermöglichen soll, eine Betriebsrente nach Art des Sozialpartnermodells ab 1.1.2020 abschließen zu können. Der Konsortialführer bei der Deutschen Betriebsrente – die Zurich – startet demnächst hierzu Verhandlungen mit der Gewerkschaft ver.di. Fakt ist – ver.di und Talanx haben nach zwei Jahren, in denen das Betriebsrentenstärkungsgesetz nun bereits besteht, den ersten Schritt gemacht und den ersten Abschluss getätigt. Fakt ist aber auch – es darf nicht bei diesem einen Abschluss bleiben. Die Tarifpartner Arbeiterverbände, Arbeitgeber und Gewerkschaften müssen sich des Themas annehmen, auch auf die Gefahr hin, sich vielleicht die Finger zu verbrennen. Wichtig ist hier auch, dass die gesamte Versicherungsbranche am gleichen Strang wie Arbeitgeber und Gewerkschaften zieht. Denn eines ist ganz klar, sollte das Sozialpartnermodell nicht angenommen werden, wird mit Sicherheit etwas anderes kommen, sei es der „Zwang“ zur bAV über ein Opting-out oder sonstiges. Was passiert, wenn der Gesetzgeber meint, als „Generalunternehmer“ aufzutreten, sehen wir ja eindrücklich beim BER. Die Bundesregierung in Berlin hat hierzu schon eine Rentenkommission gebildet, die prüfen soll, ob das Sozialpartnermodell angenommen wird.

Geben wir dem Sozialpartnermodell eine faire Chance, das zu werden, zu dem es bestimmt wurde. Bessern wir nach, falls nachgebessert werden muss und bauen wir gemeinsam Denkblockaden ab, was die reine Beitragszusage angeht. Denn auch in der Betrieblichen Altersvorsorge gilt: Nichts ist so beständig wie der Wandel.

**Dominik Muhler**, Geschäftsinhaber Dominik Muhler Consulting und Autor des Verlags Versicherungswirtschaft in Karlsruhe. Der Beitrag spiegelt ausschließlich die Meinung des Autors wider.



EIN GRUND MEHR,  
**DIE ALLIANZ**  
ZU EMPFEHLEN.

# FLOTTER ALS MAN DENKT

## UND EINFACH WIE ERWARTET

### Die Allianz Online-Tarifierung für Kleinflotten ...

- übernimmt Kunden- und Risikodaten direkt aus Ihrem Maklerverwaltungsprogramm (Assfinet)
- ermöglicht „per Klick“ die Zusammenarbeit mit Ihrem Maklerbetreuer durch Freigabe von Angeboten
- inklusive Fahrzeugwechsel und Vertragsänderungen

Mehr dazu bei Ihrem Maklerbetreuer oder unter  
[makler.allianz.de/tarifrechner](https://makler.allianz.de/tarifrechner)

Neu in der  
Online-Tarifierung  
Privat Kraft:  
**Camper, Kräder  
und Anhänger**

Spitzenprodukte mit schlanken Prozessen –  
die Allianz Kraftfahrtversicherungen.

**Allianz** 

# „Ich habe viele Versicherungsverkäufer klagen gehört, nur noch ihre Sollzahlen bringen zu müssen“

Psychologin Julia Scharnhorst über Motivation im Beruf

*Interview: Maximilian Völz*

## **DER VERMITTLER: Was ist Motivation?**

**JULIA SCHARNHORST:** Motivation ist Antrieb, etwas zu tun oder etwas nicht zu tun.

## **Was sind die Unterschiede zwischen Eigen- und Fremdmotivation?**

Wir sprechen von intrinsischer- und extrinsischer Motivation. Das eine kommt von innen und besagt, jemand hat von sich aus auf etwas Lust. Die extrinsische Motivation kommt von außen, klassischerweise als Geldzahlung. Ein Beispiel ist ein Vermittler, der einen Bonus für das Erreichen eines bestimmten Zieles erhält.

## **Können Sie das erklären und funktioniert das?**

Der Chef oder das Unternehmen erhofft sich, dass der Bonus den Empfänger dazu motiviert, die Leistung aufrechtzuerhalten oder noch besser zu arbeiten. In aller Regel funktioniert das nicht. Es wurde festgestellt, dass man mit extrinsischer- die intrinsische Motivation eliminieren kann.

## **Das ist spannend, ich bitte um Erklärung.**

Wenn ein Mensch einen Beruf aus Begeisterung und Interesse ausübt, ist das optimal. Wird so ein Angestellter aber in der Folge mit Boni überschüttet, kann das dazu führen, dass er in der Folge nur noch an den Zusatzzahlungen interessiert ist. Er verliert dann einen Teil seiner eigentlichen Motivation, im schlimmsten Fall sogar die Gesamte.

## **Interessant, das Unternehmen kauft einem die Eigenmotivation unabsichtlich ab?**

Gerade im Vertrieb ist extrinsische Motivation üblich. Das hat die Folge, dass die Angestellten den Boni hinterherlaufen, anstatt mit Spaß an die Sache heranzugehen.

## **Ist es denkbar, dass Vermittler einen Beruf nur wegen der Boni und Verdienstmöglichkeiten ausüben?**

Für einige Zeit funktioniert das, doch nicht auf Dauer. Zudem ist es nicht gut für die Psyche, es fehlt dann der Spaß an der Aufgabe, der Vermittler spürt keine Herausforderung.

## **Kann (intrinsische) Motivation gelernt werden?**

Das kommt nur aus einem selbst heraus, aber es kann gefördert werden. Es gibt Unterschiede in der Motivation, einige Menschen sind bei praktisch jeder Aufgabe dabei und engagiert, andere Personen sind speziell motiviert und nur bei bestimmten Herausforderungen mit Eifer dabei. Diese spezielle Form von Motivation kann ein Stück weit entwickelt, nicht aber gelernt werden.

## **Viele Motivationstrainer erklären, dass mit Motivation alles erreicht werden kann. Ist das so?**

Erfolg und Motivation sind Bestandteile eines Kreislaufes. Wir sind engagierter, wenn wir Erfolge erwarten und wir können Erfolge erwarten, wenn wir etwas gut können. Ist ihr Traumberuf Flugzeugingenieur, werden sie trotz größter Motivation nicht von Anfang an die nötigen Fähigkeiten besitzen. Allerdings kann die Motivation dazu führen, das



**Julia Scharnhorst, Gesundheitsexpertin:** „An seinen Schwächen sollte nur gearbeitet werden, wenn sie einem im Weg stehen, ansonsten sollte genau überlegt werden, ob das nötig ist.“

entsprechende Studium zu wählen und auf das Ziel hinzu-  
arbeiten.

#### **Also nichts mit Sprüchen wie der Wille versetzt Berge?**

Gute Fähigkeiten entstehen nicht nur aus Talent und Motivation, sondern von lernen und wiederholen. Allerdings muss der Mensch auch Erfolge sehen, ansonsten droht Frustration und die Motivation kann verloren gehen. Zeigen sich allerdings gute Ergebnisse, befeuert das den eigenen Anreiz.

#### **Der von ihnen genannte Kreislauf.**

Genau, wir sprechen in der Psychologie von einem selbstverstärkenden Regelkreis. Motivation braucht ein Ziel. Im Allgemeinen wird das Ziel von einem Menschen vorher eingeschätzt und geschaut, ob es realistisch erreichbar ist. Es muss eine gewisse Erfolgsaussicht vorliegen und das ist genau der Teil, den man stärken kann.

#### **Wie?**

Indem überlegt wird, wie kann ich zu meinem Ziel kommen. Setzt man sich mit seinen Zielen auseinander, dann stärkt das die Motivation.

#### **Wenn man sich nur mit seinen Stärken und Zielen beschäftigt, bleibt die Arbeit an den Schwächen liegen?**

Warum sollte man das tun, das ist mittlerweile eher eine Philosophie. An seinen Schwächen sollte nur gearbeitet werden, wenn sie einem im Weg stehen, ansonsten sollte sich genau überlegt werden, ob das nötig ist. Aus reinem Selbstzweck heraus ist das nicht sinnvoll.

#### **Gibt es eigentlich Übermotivation?**

Das gibt es nicht, allerdings existiert fehlgeleitete Motivation. Indem sich ein Mensch durch zu viel Arbeit selbst schädigt oder beim Vermittler, der Kunden etwas verkauft, nur um der beste Verkäufer zu sein. Das sehen wir auch ganz viel im Vertrieb, da arbeiten die Verkäufer nicht mehr mit Freude und der Kunde bekommt als Folge nicht das, was er braucht.

#### **Was sind die Folgen?**

Die Qualität und die Zufriedenheit mit der eigenen Arbeit nimmt ab. Das belastet und macht unzufrieden mit dem eigenen Tun. Ich habe aus dem Bereich Versicherungen und Banken viele Verkäufer klagend gehört, die unzufrieden sind und die nur noch ihre Sollzahlen bringen müssen. Das macht unglücklich.

**volz@vww.de**

# Produkte des Monats

VHV, Basler, Helvetia

## VHV

Die VHV hat die Betriebshaftpflicht für Unternehmen aus den Branchen Handel, Handwerk und Dienstleistung (HHD) überarbeitet. Das Ergebnis ist die tarifierbare VHV Firmenportect HHD. Unternehmen können sich ab einem Jahresbeitrag von 119 Euro inkl. Versicherungssteuer gegen Schäden, die Dritten hinzugefügt werden, absichern. Versichern können sich Unternehmen aus den Bereichen Büro, Handel, Handwerk, Gastronomie und Hotel sowie Gesundheit und Schönheit. Mit rund 400 Betriebsarten ist die Zielgruppe weit gefasst. Pauschale Versicherungssumme von fünf Mio. Euro, simple Beitragsermittlung, attraktive Deckungserweiterungen und der Verzicht auf eine generelle Selbstbeteiligung – neben diesen Leistungsverbesserungen hat die VHV für ca. 80 Prozent aller Betriebsarten den Beitrag gesenkt. Verbessert wurde der Versicherungsschutz für die Zielgruppen Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe sowie für Heilnebenberufe und Körper- und Gesundheitspflege. Ab sofort sind beispielsweise der Betrieb und die Unterhaltung von Schwimmbädern und Fitnessräumen inkludiert. Durch die Leistungs-Update-Garantie profitieren auch Bestandskunden automatisch von diesen und weiteren Leistungen. Zudem steht ein Onlinerechner für Vermittler- und Endkunden für den Sofortabschluss zur Verfügung, der anhand von nur drei Fragen den Beitrag ermitteln soll.



Urteil der Redaktion:  
„GUT“

## BASLER

Die Cyberversicherungen der Basler wurden zum 1. Januar 2020 mit weiteren Deckungsbausteinen versehen. Sowohl die Basler Cyber-Police als auch der Cyber-Schutzbrief wurden optimiert. Der aktualisierte Deckungsumfang bietet eine optionale Deckung für Cyber-Betrug an. Hier beträgt die maximale Versicherungssumme 50.000 Euro – als Sublimit im Rahmen der Eigenschadendeckung. Vereinbart ein Unternehmen diese Klausel, so werden Vermögensschäden durch Cyber-Betrugsfälle in Form von „Fake-President-“ bzw. „CEO-Fraud-“ und „Lieferantenbetrugs-Fällen“ infolge einer Informationssicherheitsverletzung ersetzt. Ab sofort gilt der Versicherungsschutz für die Cyber-Police und den Cyber-Schutzbrief automatisch weltweit ohne Einschränkungen. Zukünftig versichert sind außerdem Mehrkosten (z. B. für Strom, Gas oder Wasser), die Unternehmen dadurch entstehen, dass ihre informationsverarbeitenden Systeme missbraucht werden, um Krypto-Währungen zu erstellen (sogenanntes Krypto-Mining). Außerdem besteht Versicherungsschutz für die durch forensische Ermittlungen (Ursachenermittlung) eingetretene Betriebsunterbrechung. Wenn die Ermittlung, ob ein Schadenfall eingetreten ist, durch eine geplante Abschaltung der Systeme erfolgen muss, sind daraus entstehende Kosten und entgangene Gewinne zukünftig ebenfalls als Betriebsunterbrechung mitversichert.



Urteil der Redaktion:  
„BEFRIEDIGEND“

## HELVETIA

Zusammen mit der insurninja GmbH, einem auf Gamer-Bedürfnisse spezialisierten Startup, hat Helvetia im Rahmen der Dreamhack in Leipzig eine Ausstellungsversicherung für Gaming-Equipment entwickelt. Dreamhack-Teilnehmer konnten ihre komplette Ausrüstung (von PC, Laptop, Monitor über Konsole, Peripherie, Stuhl bis zum Streaming-Equipment) bis zu 10.000 Euro jetzt während des gesamten Events mit einer besonderen Helvetia Allgefahrenversicherung schützen, die exklusiv über insurninja vertrieben wird. Für nur 25 Euro ist die Gaming-Ausrüstung beim Transport und vor Ort gegen Abhandkommen und Beschädigungen aller Art versichert. Ein verkürzter Abschlussprozess auf der Website insurninja.com macht die Versicherung schnell und leicht für alle Teilnehmer zugänglich. Die Versicherung konnte bis kurz vor der Veranstaltung abgeschlossen, Schäden unkompliziert über ein Online-Formular oder direkt beim Service-Desk auf dem Festival gemeldet werden. Hier wurde, wenn möglich, auch sofort für Ersatz gesorgt, damit der Gaming-Spaß kein jähes Ende finden muss.

Helvetia Deutschland selbst war in Leipzig über den gesamten Veranstaltungszeitraum präsent. Auch nach dem Festival will Helvetia den Gamern zielgruppengerecht zur Seite stehen. Zusätzliche Spezialprodukte für die Szene sind gemeinsam mit insurninja bereits in Planung.



Urteil der Redaktion:  
„GUT“

# Produkte des Monats

## Liechtenstein Life, Allianz, HDI

### LIECHTENSTEIN LIFE

Die Grundausswahl für fondsgebundene Renten- und Lebensversicherungen von Liechtenstein Life von bislang 165 Investmentmöglichkeiten soll künftig auf über 2.000 Fonds und ETFs erhöht werden. Erstmals werden dabei auch ETFs in die Grundausswahl aufgenommen. Versicherungskunden, die sich für eine fondsgebundene Police bei dem Versicherer entscheiden, können künftig auf eine viel breitere Grundausswahl aus aktiv gemanagten und passiven Fonds von über 100 namhaften Produktanbietern zurückgreifen. Die Angebotspalette reicht dabei von Boutiquen mit nur einem oder zwei Fonds bis hin zu großen Asset Managern wie Black Rock oder Schroders, die zum Teil mit 20 oder mehr Produkten in der Gesamtauswahl vertreten sein werden. Vermittler haben die Möglichkeit, auf dem selbst entwickelten prosperity-Vermittlerportal Fonds aus einer Liste von mehr als 2.000 Investmentmöglichkeiten vorzumerken, von denen sie überzeugt sind, dass diese am ehesten die bevorzugte Anlagestrategie ihrer Kunden widerspiegeln. Die Fondsliste wird noch Laufe dieses Monats auf der Seite der Vermittler-Portal abrufbar sein. Die Versicherten können sich bei Vertragsabschluss laut Angaben von Liechtenstein Life selbst ein Portfolio von insgesamt zehn Fonds zusammenstellen und dieses Portfolio bei Bedarf monatlich kostenlos umschichten



Urteil der Redaktion:  
„GUT“

### ALLIANZ

Die Allianz Leben bietet über ihre Tochter Deutsche Lebensversicherungs-AG eine Risikolebensversicherung mit fallender Versicherungssumme. Damit zielt der Versicherer insbesondere auf Immobilienkäufer, die ihre Darlehen absichern wollen. Bei einer Immobilienfinanzierung, die kontinuierlich getilgt wird, kann Bedarf für einen Risikoschutz mit fallender Versicherungssumme bestehen, da Haus oder Wohnung schon teilweise abbezahlt sind. Bei dem Angebot fällt die Anfangsversicherungssumme jährlich konstant, ansonsten entspricht es in Aufbau, Garantien und Optionen dem bestehenden Tarifwerk. Kunden können bei Vertragsabschluss für das letzte Versicherungsjahr flexibel eine Endversicherungssumme zwischen 95 Prozent und null Prozent der Anfangsversicherungssumme wählen. Der Beitrag bleibt während der gesamten Laufzeit konstant. Wird Berufsunfähigkeit mitversichert, bleibt die Höhe der Berufsunfähigkeitsrente unverändert. Die Versicherung ist auch als Partnersversicherung erhältlich. Risikolebensversicherungen sind insbesondere für junge Familien, Hauptverdiener, Selbstständige sowie Kreditnehmer sinnvoll. Eine RLV dient jedoch nicht dazu, um für das Alter vorzusorgen. Eine Kapitalzahlung an die Hinterbliebenen erfolgt nur im Todesfall in Form einer vereinbarten Todesfallleistung.



Urteil der Redaktion:  
„BEFRIEDIGEND“

### HDI

Ein Beitragssatz von 14 Prozent in der Kfz-Vollkasko soll künftig bei HDI realisierbar sein. Grundlage dafür ist die mit dem neuen Kfz-Tarif eingeführte SFR-Staffel des Versicherers. Außerdem können zusätzliche Schutzbriefleistungen bereits in Wohnortnähe in Anspruch genommen werden und das Elektroschutz-Paket lässt sich jetzt auch für E-Transporter abschließen. Langjährig unfallfreie Fahrer können einen extra Rabatt einfahren: Der Versicherer hat dazu die SFR-Staffel bei PKW bis SF50 erweitert. In der Kfz-Haftpflicht ist mit SF50 ein Beitragssatz von 15 Prozent möglich. Für viele Autofahrer ist jedoch relevanter, dass die Prozentsätze für die Beiträge auch in den niedrigen SF-Klassen gesunken sind. So müssen Versicherte in der SF-Klasse M, auf die zum Beispiel Fahranfänger nach einem Schadenfall von SF0 oder SF1/2 zurückgestuft werden, jetzt nur noch 115 Prozent statt 130 Prozent Beitrag zahlen. Erweitert wurde auch der mögliche Nutzerkreis von Dienstfahrzeugen. Der Antragsprozess soll zudem schlanker werden: Abfragen zu Wohneigentum und Führerscheinendatum des ältesten und jüngsten Fahrers fallen künftig weg. „Wir haben festgestellt, dass diese Angaben bei uns für die Bewertung des individuellen Schadenrisikos nur wenig relevant sind,“ erklärt Henning Folkerts vom HDI. Aussagekräftiger seien unter anderem das Alter des jüngsten Fahrers oder die Haltedauer des Fahrzeugs.



Urteil der Redaktion:  
„GUT“

# BGH sorgt für Klarheit

Tarifwechselberatung in der privaten Krankenversicherung

*Von Johan van der Veer*

Seit einigen Jahren haben Versicherungsmakler und Versicherungsberater ein neues Geschäftsfeld entdeckt: Die Tarifwechselberatung in der privaten Krankenversicherung. Der BGH hat mit zwei Grundsatzentscheidungen<sup>1</sup> Klarheit geschaffen, welche Beratungsleistungen und welche Vergütungsabreden beide Berufsgruppen mit ihren Kunden vereinbaren dürfen.

Im Mittelpunkt der Tarifwechselberatung bei der privaten Krankenversicherung steht § 204 VVG. Gem. § 204 VVG darf der Versicherungsnehmer im Grundsatz jederzeit bei seiner Krankenversicherung in einen anderen, gleichartigen Tarif unter Anrechnung der aus dem Vertrag erworbenen Rechte und der Alterungsrückstellung wechseln. Aus Sicht des Versicherungsnehmers geht es bei der Beratung um die Frage, ob es für ihn wirtschaftlich sinnvoll ist, in einen anderen (günstigeren) Tarif bei der bestehenden Krankenversicherung zu wechseln. Üblicherweise haben sich sowohl Versicherungsberater als auch Versicherungsmakler für die Beratung erfolgsabhängig vergüten lassen. Sie haben für den Versicherungsnehmer „kostenfrei“ geprüft, ob ein Wechsel wirtschaftlich ist. Der Versicherungsnehmer musste nur dann ein erfolgsabhängiges Entgelt – in der Regel die 4 bis 12 fache Ersparnis pro Monat – zahlen, wenn er dem Wechselvorschlag gefolgt ist. Die Vergütungsabrede erinnert daher an die Zahlung von Provisionen bei der Vermittlung eines Versicherungsvertrages. Auch hier steht es dem Versicherungsnehmer frei, den vom Versicherungsvermittler vorgeschlagenen Versicherungsvertrag abzuschließen. Kommt der Vertrag zustande, erhält er vom Versicherer (oder bei der Honorarberatung vom Versicherungsnehmer) die Provision/Courtage.

In der Rechtsprechung war umstritten, ob die erfolgsabhängige Vergütungsvereinbarung bei der Tarifwechselberatung zulässig ist. Denn genau genommen handelt es sich bei der Vermittlung eines neuen Tarifes nicht um Versicherungsvermittlung im eigentlichen Sinne, da kein neuer Vertrag abgeschlossen wird. Daher war fraglich, ob der Versicherungsmakler entsprechende Vergütungsabreden mit Verbrauchern schließen darf. Dem Versicherungsberater wurde entgegengehalten, dass er – gleich dem Rechtsanwalt – keine erfolgs-

abhängigen Vergütungsvereinbarungen mit seinen Kunden vereinbaren darf. Der BGH hat nun beide Streitfragen entschieden und die Marktstellung des Versicherungsmaklers gestärkt. Denn nach der Rechtsprechung des BGH darf nur der Versicherungsmakler eine erfolgsabhängige Vergütungsvereinbarung für den Tarifwechsel mit dem Versicherungsnehmer vereinbaren, obwohl es sich genau genommen nicht um Versicherungsvermittlung handelt und der Versicherungsnehmer zudem ein Verbraucher ist. Das bereits seit Jahren angebotene Tarifwechselberatungsmodell darf daher in dieser Form von Versicherungsmaklern fortgeführt werden.

## **NUR STUDENHONORARE ODER PAUSCHALVERGÜTUNG FÜR VERSICHERUNGSBERATER BEI TARIFWECHSEL**

Anders sieht dies für Versicherungsberater aus. Hinsichtlich der Versicherungsberater hat der BGH entschieden, dass diese keine erfolgsabhängigen Vergütungsvereinbarungen mit ihren Kunden vereinbaren dürfen. Versicherungsberater dürfen Versicherungsnehmer bei der Tarifwechselberatung daher nur auf der Grundlage von Stundenhonoraren oder einer Pauschalvergütung beraten. Diese ist unabhängig davon zu zahlen, ob der Versicherungsnehmer tatsächlich in einen anderen Tarif wechselt. Wenn Versicherungsberater in dem Bereich der Tarifwechselberatung weiterhin auf Grundlage eines erfolgsabhängigen Vergütungsmodells tätig werden wollen, bleibt nur der Weg die Zulassung als Versicherungsmakler zu beantragen. Allerdings ist es Versicherungsmaklern wiederum untersagt, mit den Kunden bei der Tarifwechselberatung Stunden- oder Pauschalhonorare zu vereinbaren, die (unabhängig vom Wechsel des Kunden) ausschließlich für die Beratung gezahlt werden. Diese Vergütungsvereinbarungen sind vielmehr dem Versicherungsberater vorbehalten.

**Johan van der Veer, LL.M.**

Fachanwalt für Versicherungsrecht,  
GvW Graf von Westphalen

<sup>1</sup> BGH, Urteil vom 6.6.2019 – I ZR 67/18 (Versicherungsberater); BGH, Urteil vom 28.6.2018 – I ZR 77/17 (Versicherungsmakler).

# Das Ritual

# der Branche!

- ▶▶ tägliche Relevanz.
- ▶▶ gratis.
- ▶▶ und ohne Lametta.

## VWheute - Tagesreport

Jetzt abonnieren!

[versicherungswirtschaft-heute.de](http://versicherungswirtschaft-heute.de)

## 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

**Autoren dieser Ausgabe** Oliver Liebermann, Dominik Muhler, Matthias Uebing, Clemens Vatter, Johan van der Veer

**Titelbild** © MLP

**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 60050101, 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

**Erscheinungsweise** Monatlich



## ONLINE-KIOSK

DIGITALISIERUNG BEGINNT JETZT!

### einfach. schnell. informieren.

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

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



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



**JETZT BESTELLEN.**  
[vww.de](http://vww.de)



# 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,- €





## **Finanzfachwirt/-in (FH)**

Die Hochschulweiterbildung für Finanz- und Versicherungsexperten

## **Betriebswirt/-in bAV (FH)**

Deutschlands bAV-Ausbildung Nummer 1

## **Rentenberater/-in**

Sachkunde gemäß RDG

## **Spezialist/-in für private Finanzanalyse nach DIN 77230**

Qualität für den Kunden sicht- und fühlbar machen

## **Präsenz-Seminare**

aktuelle fachliche Themen mit exzellenten Referenten

## **Live-Webinare und Streaming**

direkt am PC und am Telefon

## **CAMPUS Seminarflatrate**

Kombination aus Webinaren und Präsenz Seminaren zum Vorzugspreis