

NUTZEN DES VERNETZENS



»HUT AB, BEI DER HAUSHALTS-VERSICHERUNG HABEN DIE WIRKLICH ALLES AUF DEN KOPF GESTELLT!«



MIT BEST-LEISTUNGS-GARANTIE UND 30 MIO. VERSICHERUNGSSUMME IN DER PRIVATHAFTPFLICHT

Mehr Schutz geht nicht! Die innovative VAV Haushaltsversicherung mit extrastarken Leistungen bietet einen umfassenden Haushaltsschutz. Diese versichert alles, was sich innerhalb der vier Wände befindet, schützt aber auch alle Familienmitglieder, sollten diese Schäden bei anderen verursachen – und das mit einer einzigartigen Versicherungssumme von 30 Millionen Euro in der Privathaftpflichtversicherung.

Weiterer VAVorteil: Eigenheimbesitzer profitieren doppelt mit einer Kombination aus VAV Haushaltsversicherung und VAV Eigenheimversicherung. Mehr Infos auf www.vav.at



Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser!



Mit dem Nutzen des Ver-
netzens beschäftigt
sich dieses Ser-
vice-Magazin des
Versicherungs-
Journals. Im Zent-
rum stehen dabei
Maklernetzwerke,
deren Bedeutung
angesichts steigender

administrativer und rechtlicher Anforderungen an Versicherungsmakler und der zunehmenden Digitalisierung massiv gewachsen ist, wenn man Brancheninsidern glauben darf.

Wir starten auf **Seite 4** mit einem Interview mit **Christoph Berghammer**, Obmann des Fachverbandes der Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten. Mit ihm sprachen wir über Regulierung, Kosten, Professionalisierung und darüber, ob es für Makler überhaupt eine Zukunft ohne Netzwerk geben kann. Zwar könnten kleine Makler überleben, ohne in Netzwerke zu gehen, es stelle sich aber die Frage nach der Lebensqualität, so Berghammer.

Wie sich geänderte Regulierung, Technologie und Marktbedingungen auf die Aufgaben, die Rolle und die Zukunft von Maklernetzwerken ausgewirkt haben, beleuchten wir ab **Seite 8**. Besonders die Zunahme der Anforderungen durch IDD und DSGVO stellte eine Herausforderung dar, und die durch Corona beschleunigte

Transformation von der Vor-Ort-Betreuung hin zum Online-Verkehr mit Kunden verlangte die Anpassung der Technologie an die jeweiligen Markterfordernisse. Vertreter mehrerer Netzwerke erläutern, wie sie darauf reagiert haben.

Fünf Versicherer haben wir gefragt, wie sie die Diskussion „Einzelkämpfer versus Netzwerk“ wahrnehmen, ob sich die Zusammenarbeit mit Netzwerken anders gestaltet als jene mit Einzelmaklern und welche Entwicklung sie in Zukunft erwarten. Ihre Antworten lesen Sie ab **Seite 16**. Umgekehrt haben wir auch Maklernetzwerke gefragt, wie sie die Zusammenarbeit mit Versicherern sehen, und wir haben dabei erstaunlich offene Antworten erhalten: Die Kooperation werde kontinuierlich schwieriger, vermisst wird eine Diskussion auf Augenhöhe. Den ganzen Beitrag finden Sie ab **Seite 22**.

Schließlich lassen wir ab **Seite 24** noch Makler zu Wort kommen, die sich für eine Mitgliedschaft in einem Netzwerk entschieden haben. Wir haben sie gefragt, was der Anlass war, beizutreten, und welche Vorteile sie gegenüber der Situation eines Einzelkämpfers sehen. Von kürzlich beigetretenen Mitgliedern wollten wir wissen, was sie sich erhoffen, von langjährigen Mitgliedern, ob sich ihre Erwartungen erfüllt haben.

Damit darf ich Ihnen noch eine interessante und anregende Lektüre unseres Magazins wünschen.

Marius Perger, Herausgeber

Impressum

Herausgeber und Verleger: FinanzMedienVerlag Ges.m.b.H., 1180 Wien, Gentzgasse 15 **Für den Inhalt verantwortlich:** Marius Perger und Klaus Schweinegger; für namentlich gekennzeichnete Artikel der jeweilige Autor **Produktion:** FinanzMedienVerlag Ges.m.b.H., 1180 Wien, Gentzgasse 15 **Druck:** Print Alliance HAV Produktions GmbH, 2540 Bad Vöslau, Druckhausstraße 1 **Anzeigenpreise:** Es gilt der Werbentarif 2022 **Offenlegung nach §25 Mediengesetz:** Medieninhaber FinanzMedienVerlag Ges.m.b.H. **Blattlinie:** VersicherungsJournal Spezial, kurz VJ, ist ein österreichweites Fachmedium für die Versicherungswirtschaft. Die unabhängige Redaktion berichtet vierteljährlich über branchenrelevante Themen. Zum Zielpublikum gehören – ähnlich dem digitalen Pendant VersicherungsJournal.at – Mitarbeiter von Versicherungskonzernen sowie der freie und gebundene Versicherungsvertrieb **Bilder:** S.1 und S. 12-13: Jemastock (AdobeStock), S.3: VÖZ/Woody, S.4: Scheinast; S.4-5: MH, S.6: Suelzengenappel, S.16-17 und S.18-19 und S.22-23: hobbitfoot, S.25: cirquedesprit (alle AdobeStock)

Professionalisierung, Vernetzung und mehr Lebensqualität

Christoph Berghammer im Gespräch über die Zukunft kleinerer Maklerbüros, den Nutzen der Professionalisierung fürs Geschäft und für den Makler ganz persönlich, sowie über den Beitrag von Netzwerken zu Kundenzufriedenheit und Lebensqualität.

Von Emanuel Lampert

Christoph Berghammer ist Geschäftsführender Gesellschafter der Cebco Versicherungsmakler GmbH in Salzburg sowie Obmann des Fachverbandes und der Salzburger Fachgruppe der Versicherungsmakler und Berater in Versicherungsangelegenheiten.



VersicherungsJournal: Wie viele Einzelkämpfer gibt es in der Maklerschaft? Wie viele davon sind Mitglieder in Zusammenschlüssen?

Berghammer: Die Hälfte der Versicherungsmakler hat keinen oder maximal einen Mitarbeiter. Auch die andere Hälfte ist weitgehend klein strukturiert, das kann zwar bis zu 300 Mitarbeitern gehen, aber Makler dieser Größenordnung gibt es nur sehr wenige. In Österreich gehört man schon mit 20 bis 25 Mitarbeitern zu den Großen.

Mitglied eines Zusammenschlusses ist sicher nur ein kleiner Teil – wobei man erst einmal definieren müsste, was man unter einem Zusammenschluss versteht. Es gibt ja unterschiedliche Modelle: Vereine, die den Zweck haben, ihre Mitglieder zu unterstützen; gewinnorientierte GmbHs; Franchisesysteme, die den Franchisenehmern bestimmte Leistungen und Erleichterungen für die Verwaltungsarbeit bieten. Auch die Kooperation

als Subunternehmer mit einem größeren Makler ist eine Möglichkeit; wenn der größere Partner in einem Netzwerk ist, profitiert der Subunternehmer auch von den Vorteilen des Netzwerks.

VJ: Können die vielen kleinen Makler auf Dauer überleben, ohne in Netzwerke zu gehen?

Berghammer: Die Regulierung ist schon jetzt sehr ausgereift, und die kleinen Makler leben offensichtlich jetzt ja auch. Ein Überleben wird wohl möglich sein, weil der Kostenfaktor gering ist.

Die Frage ist nur: Haben sie Lebensqualität, wenn sie den Großteil ihrer Tätigkeit in die Verwaltung und in die Erfüllung rechtlicher Anforderungen stecken müssen, während sie sich gleichzeitig um die Kundenbetreuung, ums Geschäft kümmern sollen? Urlaub ist für ein Kleinstbüro genauso ein schwieriges Thema: Wer Urlaub macht, verdient nichts. Und irgendjemand muss da sein, der in dieser Zeit die Kunden betreut.

Deshalb glaube ich, dass sich kleine Büros in einem Zusammenschluss leichter täten, weil ihnen eine entsprechende Produktpalette zur Verfügung steht, weil ihnen in regulatorischen Belangen unter die Arme gegriffen wird, weil sie EDV-Unterstützung bekommen usw. Als Begleiteffekt kommt es dadurch auch noch zu einer Professionalisierung.

Im Maklerbüro ist Zeit ein Faktor. Wenn ich vom Netzwerk Vergleichsprogramme und Produkte zur Verfügung gestellt bekomme, grenzt das

meine Haftungsproblematik ein, senkt die Kosten und erhöht Tempo und Kundenzufriedenheit.

Aus meiner eigenen Erfahrung kann ich sagen, dass für unseren Entschluss, zu einer Gruppierung zu gehen, wichtig war, dass wir im Massengeschäft schneller werden können, dass wir wissen, dass wir auf einem hohen Niveau arbeiten können, und dass wir immer „best advice“ unterwegs sind.

VJ: „Alleine klein zu sein“, ginge sich auf lange Sicht finanziell aus?

Berghammer: Es wird Kollegen geben, die auf Dauer klein und alleine bleiben wollen. Sie werden ihre Klientel haben, mit einer eingeschränkten Produktwelt das Auslangen finden und auch von einem geringeren Umsatz leben können, weil sie geringe Kosten haben.

VJ: Ist es tatsächlich nur eine Kostenfrage? Ist es nicht auch eine Frage dessen, was die Kundschaft erwartet? Wenn sie zum Beispiel so etwas wie eine Vergleichsplattform auf meiner Website vorfinden möchte?

Berghammer: Wir müssen unterscheiden: Die Kollegen, von denen ich gerade gesprochen habe, arbeiten in einem Umfeld, das von persönlichen Beziehungen geprägt ist. Da geht es nicht um Gewerbebetriebe oder Industriegeschäft. Ich glaube, das ist eine andere Klientel.

VJ: Sie meinen, diese Makler sollten sich, bevor sie in ein Netzwerk gehen, einen Industriekunden aufzwickeln und ein paar Angestellte suchen ...

Berghammer: (lacht) Als Fachverband möchten wir gerne den Weg zum ersten Mitarbeiter unterstützen. Der erste Mitarbeiter ist der „schwierigste“, weil plötzlich die Kosten steigen und das Geschäft diesem Kostenanstieg vielleicht auch noch hinterherhinkt. Aber wenn man erst einmal merkt, dass man auf diese Weise Verwaltungstätigkeiten

abgeben kann, viel mehr Zeit fürs Geschäft hat, für die Kundenbetreuung, für die Kundenzufriedenheit, womit der Empfehlungswert steigt und Neukunden kommen – dann stellt sich in der Regel eine Eigendynamik ein.

VJ: Das Netzwerk beginnt also eigentlich im eigenen Unternehmen mit dem ersten Mitarbeiter.

Berghammer: Die Professionalisierung beginnt im eigenen Unternehmen. Der Weg in ein Netzwerk ist dann eine logische Folge, nachdem man sich sagen kann: Ich habe getan, was ich selbst im eigenen Betrieb tun kann, jetzt möchte ich Vorteile wie ausgewählte Produkte, Musterdokumente, Software usw. nutzen.

Man darf ja auch nicht vergessen: Um Mitglied in einem Zusammenschluss sein zu können, muss man bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Neben dem menschlichen Zusammenspiel in einem Netzwerk muss der professionelle Austausch untereinander funktionieren, auch auf technischer Ebene.

VJ: Netzwerke sähen sich demnach weniger in der Position, einen Makler gerade auf diesem Weg hin zur Professionalität zu unterstützen?

Berghammer: Es gibt unterschiedliche Netzwerke mit unterschiedlichen Zugängen und Ausrichtungen, auch solche, denen man als Kleinunternehmen beitreten kann. Man muss für sich prüfen: Welches Netzwerk passt zu mir? Was bietet es? Was kann ich einbringen? Es ist ja nicht nur ein Nehmen, sondern auch ein Geben.

VJ: Nach welchen Kriterien wähle ich aus, welches Netzwerk zu mir passt?

Berghammer: Man muss sich vorweg die Prozesse und die EDV im eigenen Büro ansehen und überlegen: Wie professionell arbeite ich? Ein Mindestmaß an Digitalisierung ist heute für ein Netzwerk wichtig, weil die Kommunikation digital abläuft.

Wer mit einer Excel-Datei arbeitet, ohne Datensätze einspielen zu können, wird in einem Umfeld, wo wir über den OMDs 3.0 und horizontale Kommunikation reden, ein Problem haben.

Bevor wir also über Netzwerke reden, reden wir darüber, wie wir kleine Makler dabei unterstützen, zum ersten Mitarbeiter, zu einem Verwaltungsprogramm zu kommen, sprich: als Kleinstbüro in der Verwaltung und in der Digitalisierung professioneller zu werden.

VJ: Professionalisieren, um sich für etwas Größeres zu qualifizieren.

Berghammer: So ist es.

VJ: Wie hat sich der Stellenwert der Netzwerke verändert, wie wird er sich Ihrer Einschätzung nach in Zukunft verändern?

Berghammer: Ich gehe davon aus, dass es in Zukunft mehr Netzwerke geben wird und dass sie größer werden. Ich glaube auch, dass sie für Versicherer mittlerweile nicht mehr wegzudenken sind. Netzwerke wollen vom Versicherer zwar auf der einen Seite bessere Produkte und bessere Deckungen bei möglichst niedrigen Prämien und höheren Provisionen haben. Auf der anderen Seite setzt ein Netzwerk aber Mengen um - und das ist

für die Versicherungsindustrie interessant. Wir brauchen auch weniger Maklerbetreuung, weil wir uns im Netzwerk auf eigene Ressourcen stützen können. Versicherer haben mit uns weniger Arbeitsaufwand.

VJ: Ändern sich die Funktionen der Gruppierungen angesichts der Digitalisierung? Zum Beispiel durch eine zunehmende Auslagerung von Tätigkeiten der Versicherer an Netzwerke? Oder indem Netzwerke selbst „Ökosysteme“, Plattformen bilden, wo die Kunden sich an sie wenden können?

Berghammer: Ich glaube, dass Versicherungsvermittlung so nicht funktioniert. Es wird eine Klientel für Vergleichsplattformen geben, eine Klientel für Digitalanbieter. Aber das sind keine Dimensionen, die auf dem Markt merklich zu spüren wären. Es gibt manche Versicherer, die über eine digitale Direktversicherung nachdenken, aber auch dort wird nach und nach erkannt, dass der Werbeaufwand so enorm wäre, dass die Zusammenarbeit mit Vermittlern der sinnvollere Weg ist.

Wir sind in einer Situation, in der sich gerade Junge digital informieren und dann zum Makler gehen, um dort ihre Versicherung abzuschließen. Am Ende wollen sie „face to face“ Beratung von einer Ansprechperson. ■



Ja,

wenn es um meine Gesundheit geht, bin ich eine Egoistin der **Sonderklasse**.

Gestalten Sie einen Spitalsaufenthalt so angenehm wie möglich. Gönnen Sie sich und Ihren Kund:innen mit der DONAU Sonderklasseversicherung ein Ambiente, in dem es sich leichter gesund werden lässt und Sie nicht daran denken müssen, wer diese Extras bezahlen soll. Attraktive Einstiegsaktion bis zum 30. September 2022.

Ihre Regionale:r Vertriebsmanager:in der DONAU Brokerline steht Ihnen für Fragen gerne zur Verfügung.

So stell ich mir das vor

Wie sich Maklergruppen verändern

Die vergangenen Jahre waren reich an Wandel in Regulierung, Technologie und Marktbedingungen. All das wirkte und wirkt sich auch auf die Aufgaben, die Rolle und die Zukunft von Maklernetzwerken aus. Wir haben nachgefragt, wie.

Von Emanuel Lampert

Die im Artikel genannten Netzwerke im Überblick

Arge Med - Consult für den Erfahrungsaustausch von Ärzten und Versicherungsmaklern	arge-med.at
CBN Broker Net GmbH	cbn-brokernet.at
g&o Brokernet GmbH	go-brokernet.at
Interessengemeinschaft österreichischer Versicherungsmakler (IGV Austria)	igv-austria.at
Makler für Makler	makler-fuer-makler.at
Verband österreichischer Versicherungstreuhandler und Mediatoren in Versicherungsangelegenheiten (ÖVT)	oevt.co.at
Umberio Versicherungsgruppe	umberio.at
Versfinanz Mag. Lasch & Partner GmbH	versfinanz.at
Verband Österreichischer Versicherungsmakler (VOVM)	vovm.at

Markt und Regulierung haben sich in den letzten ein bis zwei Jahrzehnten deutlich verändert: Was ist dadurch an der Aufgabenstellung für Maklernetzwerke anders? „Es hat sich Gewaltiges verändert“, resümiert ÖVT-Präsidentin **Anna-Maria Taudes** und denkt dabei besonders an die Umwälzungen im Gewerberecht, aber auch daran, dass sich „die Märkte konzentrieren“, und zwar in allen Bereichen. Es passiere „genau das Gegenteil davon, was Brüssel sich wünscht: Statt Wettbewerb findet Konzentration statt.“ Allerdings: „Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Innovativen die Veränderungsunwilligen. Ausnahmen bestätigen jede Regel“, so Taudes.

An der grundsätzlichen Aufgabenstellung habe sich im Bereich des Versicherns selbst im Wesentlichen zwar nichts geändert, da sich auch die

Produktlandschaft nicht grundlegend verändert habe, sagt Versfinanz-Chef **Rudolf Lasch**. Geändert habe sich aber vor allem die Geschwindigkeit der erforderlichen EDV-Anpassungen, „Stichwort Schnittstellen“, hinzu komme die „ständige Anpassung der Produktrahmen-Vereinbarungen an immer komplexere und unklarere Bedingungswerke“ und die immer wieder nötige Umsetzung neuer gesetzlicher Vorgaben sowie „die regelmäßige Erstellung IDD-konformer Schulungsangebote“.

Ähnlich sieht es IGV-Präsident **Anton Brenninger**: Die Aufgabenstellung habe sich „dem Grunde nach wenig bis kaum“ verändert. Insbesondere in Folge der Regulierung seien aber „enorme Anstrengungen der gesamten Maklerschaft“ nötig gewesen. Die Zunahme der etwa mit IDD und

DSGVO verbundenen Anforderungen „sind für den Einzelbetrieb alleine kaum zu bewältigen, jedenfalls nicht wirtschaftlich darstellbar“. Der Administrationsaufwand „zwingt de facto den Kundenberater weg vom Kunden“. Er sieht darin den zentralen Grund, „warum Vereinigungen als Lösungsweg so gefragt“ seien. „Die sich immer schneller entwickelnde IT-Landschaft tut natürlich ihr Weiteres dazu.“

Herbert Orasche, Geschäftsführer von g&o Broker, registriert eine Professionalisierung und Industrialisierung der Versicherungsbranche. „Im Bereich der Digitalisierung sind die Gruppierungen in der Pflicht, denn ein einzelnes Maklerunternehmen hat weder die finanziellen noch die personellen Ressourcen.“ Eine Maklergruppierung sollte neben attraktiven Produkten deshalb gerade auch IT-Dienstleistungen bieten, so Orasche. Auch IDD-konforme Weiterbildung, Produktschulungen und Unterstützung in Marketing und Vertrieb seien wichtig.

Ursprünglich sei es bei den Gruppierungen stark um Unterstützung bei fachlichen Prozessen, primär in der Massenprodukt-Entwicklung gegangen, dem seien Themen wie Courtagvereinbarungen, Provisionshöhen und allenfalls Bonifikationen gefolgt, blickt **Marcel Mittendorfer** von „Makler für Makler“ (MFM) zurück. Das sei zwar „alles praktisch“, aber: „Nichts davon ist für den Einzelbetrieb in den letzten Jahren wirklich das existenzielle Thema gewesen. Das waren vielmehr die umfangreiche Übernahme von Tätigkeiten, die früher beim Versicherer lagen; Datenschutzthemen; und natürlich IDD-Themen. Kurzum: der gesamte gelebte Alltag eines Maklerbüros.“ Bei den meisten Gruppen seien daher technische und rechtliche Prozesse in den Vordergrund gerückt.

Auch **Eric Rubas**, Obmann der Arge Med, rückt das Schlaglicht auf den rechtlichen Rahmen und die IT: „Durch die immer stärkere Regulierung ist ein Druck auf Prozesse entstanden, und diese werden schrittweise digitalisiert.“ Das könne „nur eine Gruppe stemmen“.

Josef Sylle, Geschäftsführer im CBN Broker Network, spricht von der Notwendigkeit, dass Netzwerke den Maklern technische Hilfsmittel zur Verfügung stellen, um schnell und gesetzeskonform arbeiten zu können. „Der Ausbildungsstandard der Makler hat sich wesentlich erhöht, die Marktteilnehmer hinterfragen und prüfen die Deckungskonzepte regelmäßig“, so Sylle. „Umfassende Schulungsangebote samt Erwerb von Fortbildungsbestätigungen werden regelmäßig organisiert.“

Gerald Schwentner und **Rupert Schaidreiter**, Geschäftsführer von Umberio, sehen einen Schwerpunkt der Weiterentwicklung darin, dem einzelnen Makler mit Produkten, digitalen Lösungen und Schulungen den Arbeitsalltag zu erleichtern. „Die Anforderungen und bürokratischen Ansprüche werden immer mehr und stellen mittlerweile einen erheblichen Teil des täglichen Geschäfts dar.“ Auch gelte es, notwendige Investitionen „so gering wie möglich“ zu halten, etwa durch gemeinsame Rahmenverträge, Gruppenverträge und Einkaufsgemeinschaften. Dies bringe Maklern wirtschaftlichen Mehrwert.

Aus der Perspektive des VOVM als Interessenvertreter hat die verstärkte Marktregulierung auf europäischer Ebene „dazu geführt, dass der Standpunkt und die Interessen von Maklern intensiver und mit mehr zeitlichem und materiellem Aufwand durch Verbände vertreten werden müssen“, sagt Präsident **Andreas Krebs**.

Wie Gruppen mit den Veränderungen umgegangen sind

Wie sind die Gruppierungen mit den Entwicklungen umgegangen, die in den letzten Jahren in Markt, Regulierung und Technologie stattgefunden haben? Den „Technologieschub“ der letzten Jahre mit dem Trend zur Automatisierung „konnten wir innerhalb unserer Gruppierung gut umsetzen“, sagt Orasche. Zunehmend wichtig werde nun das Datenmanagement zwischen allen am Leistungsprozess Beteiligten. „Strategische Beteiligungen und Kooperationen sind sinnvoll und sparen enorm viel Geld und Zeit. Der Weg

in die Zukunft kann nur funktionieren, wenn Maklergruppierungen in bestimmten Bereichen zusammenstehen.“

Aus Brenningers Sicht war die „größte Herausforderung“, dass die Regulierung der letzten Jahre „für alle Marktteilnehmer neu und eine große Unbekannte“ gewesen und die Details dazu erst sukzessive „geliefert“ worden seien. Die IGV selbst habe mit der Entwicklung einer IDD-konformen Lösung reagiert, sie verfüge mit dem „IGV-Manager 2.0“ auch über eine einheitliche Abwicklungsplattform, zumal „für eine Gemeinschaft unserer Größe eine durchgängige, einheitliche und sichere Abwicklung der Geschäftsanträge unabdingbar erforderlich“ sei. Die IGV betreibe mit den angebundenen Versicherern „16 Schnittstellen jeglicher Schnittstellenformate“. Als weitere Herausforderung identifiziert er einen „zunehmenden Drang der Versicherungswirtschaft, die Produktlandschaft zu standardisieren“. Das Maklergeschäft brauche aber Individualität, nicht Einheitsprodukte.

Die - vergleichsweise junge - MFM-Gemeinschaft sei „kein Kind der ersten Phase der Massenprodukte-Entwicklung“, sagt Mittendorfer. Sie verstehe sich als „Problemlöser“ für neue strukturelle und organisatorische, insbesondere durch die IDD entstandene Probleme. „Denn wie soll ein Makler, der einen Kunden in einer speziellen Zielgruppe gewinnt, mit der er sonst nie zu tun hat, erfolgreich beraten, makeln, aufklären und protokollieren - und das trifft ja für jeden von uns in einer Vielzahl von Zielgruppen zu“, so Mittendorfer. Die Idee hinter MFM sei deshalb, „jene Makler, die den Kunden haben, und jene Makler, die die Lösung haben, so zusammenbringen, dass am Ende jeder profitiert und keine leeren Kilometer läuft“.

Die Transformation von der überwiegend persönlichen Vor-Ort-Betreuung hin zum Onlineverkehr mit dem Kunden und parallel auch mit den Versicherern habe, so Lasch, speziell seit Corona an Fahrt aufgenommen. Diesbezüglich gelte es für jede Gruppierung, „die

notwendigen - überwiegend kapitalintensiven - technologischen Schritte rechtzeitig an die jeweiligen Markterfordernisse anzupassen“. Die Versfinanz habe eine eigene Kundenverwaltungssoftware, „Versfinanz for me“, programmieren lassen, mit der die Provisionsverrechnung, Kundenverwaltung und direkte Polizzierung automatisiert via Schnittstellen bei immer mehr Versicherern durchgeführt werden könne.

Als ihr „Herzstück“, das sie mit der Bervorma-Gruppe gemeinsam habe, bezeichnet die Umbrio ihren Vergleichsrechner, mit dem man „auf kurzen Entscheidungswegen auf kleinste Änderungen am Markt reagieren“ könne und dessen Berechnungen man teils direkt an Versicherer übermitteln könne.

Das CBN spricht von einem „hohen Standard“ in seinen technischen Lösungen, aber „herausfordernd bleiben Schnittstellen zu den Versicherungen“. Im Gewerbebereich werde nun auch „ein gesetzeskonformer, digitaler Beratungsprozess“ angeboten. Einen digitalen Beratungsprozess hat auch die Arge Med entwickelt. Da sich die Produktlandschaft permanent weiterentwickle, müsse dieser laufend angepasst werden.

Der VOVM, so Krebs, habe angesichts der Regulierungsagenda der letzten Jahre zusammen mit der Wirtschaftskammer und anderen Maklerverbänden an Lösungen „zur Umsetzung der vor allem durch den Konsumentenschutz geprägten Vorgaben gearbeitet“, sagt Krebs. Eine Kernaufgabe des Verbandes sei die laufende Mitgliederinformation.

Der ÖVT stellt den Befund, der Beruf des Versicherungsmaklers sei zwar reguliert worden - mit dem Maklergesetz, der IMD, der IDD -, der Berater in Versicherungsangelegenheiten aber „schlichtweg vergessen“ worden. „Macht nichts“, meint Taudes, weil der ÖVT bereits zu seiner Gründung vor 20 Jahren „die Wirtschaftlichkeit in den Vordergrund gestellt“ habe. „Heute bekommen wir aufgrund von Anfragen nach unserer Versicherungstreuhandermethode jede Woche die Bestätigung dafür.“ →



R+V

Gemeinsam Unternehmen absichern.

KMU in Österreich zu versichern gehört seit mehr als 12 Jahren zu unseren Stärken.

**Werden auch Sie Teil davon, als
R+V-Vertriebspartner!**

www.ruv.at

Niederlassung
Österreich





Das Umfeld wandelt sich – die Netzwerke auch?

Die Anzahl der Versicherer ist in den vergangenen Jahren gesunken, auf der anderen Seite sind neue Akteure wie Insurtechs aufgetreten, „Ökosysteme“ zum Schlagwort geworden. Was ist in diesem Umfeld künftig die Rolle von Maklernetzwerken? Wird es weniger Maklerunternehmen geben, vielleicht auch Fusionen von Maklergruppen?

Bei Umberio glaubt man, dass „die entscheidende Zeit eingeläutet“ worden ist: „Wer geht, und wer bleibt? Wo fühlen sich die einzelnen Makler am besten aufgehoben und welche Konzepte sind zukunftsweisend?“ Der tägliche Arbeitsaufwand steige, die Arbeitszeit werde immer wertvoller. Das laufende Geschäft müsse

deshalb durch die „richtige Technologie im Hintergrund“ unterstützt werden, die „alltagstauglich und von der Assistentin bis zum Geschäftsführer anwendbar ist“.

„Die Bedeutung von Maklernetzwerken wird aus meiner Sicht weiter zunehmen“, sagt Brenninger, sei es wegen regulatorischer Änderungen, sei es, weil sich Versicherer neuen Herausforderungen anpassen. Neue Player seien „immer wünschenswert, bringen diese doch neue Ideen ein, ob auf Produkt- oder mitunter sogar auf Abwicklungsebene – die wiederum neue Impulse für Weiterentwicklungen geben“. Ein hohes Maß an Anpassungsfähigkeit werde durch die Entwicklungen im Digitalbereich abverlangt,



das betreffe etwa Administrations- oder auch Beratungsprozesse.

Jede Investition in eigene Programme kostet Zeit und Geld, unterstreicht Orasche. „Daher ist die einzig richtige Strategie, mit den Hauptakteuren am Markt zu kooperieren, strategisch wichtige Kooperationen einzugehen und sowohl die Versicherer wie auch den Makler mit den notwendigen Dienstleistungen zu versorgen.“ Die Maklerbranche und Insurtechs, so Orasche, werden als Vertriebskanäle zusammenwachsen, digitale Prozesse und Lösungen werden sich annähern und die Arbeit des Maklers erleichtern.

Versfinanz betrachtet die eingangs erwähnten Entwicklungen „gelassen“. „Qualität war in der

Vergangenheit und wird auch in der Zukunft ein essenzieller Erfolgsfaktor sein. Wir haben über die Jahrzehnte zahlreiche Netzwerke kommen und gehen gesehen“, sagt Lasch. „Eine seriöse Prognose, wie sich sowohl kleine als auch große Maklerunternehmen entwickeln und ob es zu Fusionen kommt, ist nicht möglich, da insbesondere die Rahmenbedingungen bezüglich künftiger gesetzlicher Auflagen und die weitere Entwicklung der Online-Anbieter bzw. Insurtechs abzuwarten bleiben.“

„Die Maklernetzwerke haben vielfach erstaunlicherweise ihre Organisation und ihr Personal noch nicht an die neuen übernommenen Aufgaben angepasst“, sieht Mittendorfer Nachholbedarf. „Es

wird sich zeigen, welche Organisationen im bisher Erreichten verkrustet und welche beweglich im Interesse der Mitglieder geblieben sind.“ Bei den Gruppen und den Maklerbetrieben selbst werde es auf die „Fähigkeit der internen Komplexitätsreduktion“ ankommen: „Schaffen sie Abläufe, die sie auch beherrschen, oder nicht.“

Insurtechs beurteilt Mittendorfer insofern kritisch, als sie „auf Vermittlerseite so gut wie alle Versprechungen schuldig geblieben“ seien. „Das sind Lösungen, die sich primär an die Versicherer als Produktgeber wenden, und auch dort sehe ich keine wirklich durchschlagenden Entwicklungen.“ Von der „Professionalität eines Versicherungs-Amazon“ sind sie seines Erachtens „unvorstellbar weit entfernt“.

CBN-Geschäftsführer Sylle ist der Meinung, dass der Beruf des Versicherungsmaklers nach wie vor „sowohl in der größeren Struktur als auch als kleiner gut vernetzter Betrieb“ möglich ist. Derzeit steige die Anzahl der Kooperationspartner

stark an. Arge-Med-Obmann Rubas geht davon aus, dass zumindest kleinere Makler stärker unter Druck kommen werden: „Die Kosten der Regulierung und Digitalisierung werden Maklern ihre Individualität einschränken und zur Vergrößerung, aber auch zum Entstehen neuer Gruppen beitragen.“

Für VOVM-Präsident Krebs haben die letzten Jahre verdeutlicht, „welche wichtige Rolle Maklerverbände als Interessenvertretungen spielen“. Der darüber hinausgehende wirtschaftliche Zusammenschluss von Maklern zu Netzwerken „wird sich fortsetzen, weil die diversen Anforderungen – zum Beispiel Compliance, Digitalisierung, Spezialisierung – immer weniger von Einzelmaklern mit kleinen Büros erfüllt werden können“, prognostiziert Krebs. „Es wird vielleicht weiterhin die heutige große Anzahl von Maklern geben, diese werden sich aber zunehmend unter die Decke eines Maklernetzwerks begeben.“ ■

Von der Maklergruppe zu Wefox

Ein Netzwerk, das bis vor wenigen Jahren noch bestand, hat sich inzwischen transformiert: Bis 2019/2020 gab es „Die Maklergruppe“, sie ist in „Wefox Austria“ aufgegangen. Beweggrund für diese Veränderung sei gewesen, die Maklergruppe „zukunftsfit“ zu machen, die Entwicklungsmöglichkeiten, die die Digitalisierung bietet, wahrzunehmen und auch mit mehr Ressourcen weiter zu wachsen, sagt Geschäftsführer **Rainer Vogelmann**.

Die Fusion habe „völlig neue Möglichkeiten“ eröffnet. „Gemeinsam können wir als Teil eines größeren Ganzen agieren und unseren Partnern noch bessere Leistungen bieten, immer wieder Produktportfolios erweitern, und auch die stetige Weiterentwicklung unserer IT-Lösungen ist gesichert.“

Nun sind ein Insurtech und eine Maklergruppierung ja zwei recht unterschiedliche „Konstruktionen“. Wie viel „Maklergruppe“ steckt heute noch in Wefox Austria? „Unsere Partner sind den Weg mit uns gemeinsam gegangen“, sagt Vogelmann. Wefox lege Wert auf „offene und wertschätzende“ Kommunikation und persönliche Partnerbetreuung. „Einer der wichtigsten Benefits ist die Bestandssicherheit. Die Kunden unserer Partner bleiben die Kunden unserer Partner – auch über eine Partnerschaft mit Wefox hinaus.“ Weitere Vorteile seien Produkte, Bonifikationen, das Weiterbildungsangebot und das „IT-Komplettsystem“.

ZEIT FÜR WAHRE WERTE!

Wir sind der Partner für einen sicheren Vermögensschutz!



Als Vertriebspartner von GOLDEN GATES verkaufen Sie Edelmetalle, Technologiemetalle und damit ein Gut von unschätzbarem Wert: Sicherheit in stürmischen Zeiten. Dafür bieten wir Ihnen optimale Bedingungen:

- ✓ Umfassende Schulungen in Live- und Online-Seminaren.
- ✓ Regelmäßige Auffrischung sowie Vermittlung von Tipps und Informationen (Verkauf, Akquise und Gesprächsführung).
- ✓ Modernste, digitale Beratungs- und Verwaltungstools.
- ✓ Attraktive, faire Konditionen.
- ✓ Robuster Wachstumskurs und faire Vertriebsvereinbarungen.

Was macht unsere regelmäßigen Kaufaufträge exklusiv?

- ✓ Monatliche Kaufbeträge ab 25 Euro.
- ✓ Keine laufenden Depot- und Verwaltungskosten.
- ✓ Beitragsfreistellungen sowie -reduzierungen und -erhöhungen sind jederzeit möglich.
- ✓ Volle Kostentransparenz.
- ✓ Kauf ausschließlich von zertifizierten Goldbarren nach LBMA Standard und den weltweit bekanntesten Anlagemünzen.
- ✓ Versicherte und durch Wirtschaftsprüfer geprüfte Goldlagerung.

5 gute Gründe, warum Kunden Golden Gates schätzen.

- ✓ Wir liefern Gold und Edelmetalle auf Wunsch nach Hause.
- ✓ Sichere Lagerung zu transparenten Konditionen.
- ✓ Tägliche Verfügbarkeit von Metallen.
- ✓ Goldbestandsinformationen mit unserer **Golden Gates-App**.
- ✓ Eine Anpassung des regelmäßigen Kaufbetrages ist jederzeit möglich.

Es gibt viele Gründe mit Golden Gates zusammen zu arbeiten, denn wir sind ...

- ... ein erfahrener Edelmetallhändler, seit 2009 erfolgreich am Markt.
- ... mehrmals ausgezeichneter Wachstums-Champion (Focus Business und Statista).
- ... seit 2013 erfahrener Technologiemetallhändler, mit innovativen Produkten.
- ... der erste Anbieter am Markt für Silbermünzen-Kaufangebote
- ... ein Partner auf Augenhöhe.

Stellen Sie Ihre Kunden zukunftssicher auf und kommen Sie an Bord! Vermögensschutz kann so einfach sein – jetzt Vertriebspartner bei Golden Gates werden!

KONTAKT:

Vertriebsleitung Österreich
Uwe Erbschwendtner
Telefon: 0664 45 65 515
E-Mail: u.erbschwendtner@goldengates.sale

Vertriebsleitung Österreich
Dir. Helmut Horeth
Telefon: 0664 43 67 333
E-Mail: helmut.horeth@goldengates.at

GOLDEN GATES AG

Werte. Beständigkeit. Zukunft.



Golden Gates AG
Demianiplatz 21/22
D-02826 Görlitz



Was Versicherer über Maklernetzwerke sagen

Wie beurteilen Versicherer das Zusammenspiel mit Netzwerken? Unterscheidet es sich von jenem mit Einzelmaklern? Wie sehen Versicherer die Zukunft von Gruppen und „Einzelkämpfern“? Wir haben Allianz, Donau, HDI Leben, R+V und Uniqa gefragt.

Von Emanuel Lampert

Österreichs Maklerschaft ist durch eine hohe Anzahl klein(st)er und mittlerer Unternehmen gekennzeichnet. Eine der prägenden Fragen der vergangenen Jahre war – und ist – denn auch, inwieweit der „Einzelkämpfer“ Zukunft hat oder ob letzten Endes der Weg in Netzwerke „vor-gezeichnet“ ist.

Wie haben Versicherer die Diskussion „Einzelkämpfer versus Netzwerk“ wahrgenommen? Bemerken sie in dieser Hinsicht eine Veränderung der Vertriebslandschaft, und hat sich die Art der Zusammenarbeit mit Maklern geändert? Wenn ja, in welcher Weise?

Einzelkämpfer versus Netzwerk

Die Allianz sieht sowohl für Einzelkämpfer als auch für Netzwerke „Platz auf dem Markt“. In den letzten Jahren hat sie diesbezüglich nur wenig Veränderung beobachtet, sagt der Leiter des ungebundenen Vertriebs, **René Brandstötter**. Alles in allem unterscheidet sich die Art der Zusammenarbeit nicht wesentlich. Der Fokus der Kooperation liege neben dem persönlichen Dialog auf der Digitalisierung, „darin sehen wir die Zukunft“. Die „digitale Zusammenarbeit in Form von Schnittstellen oder unseres Online-Berechnungs-Tools“ erlaube es, „beide Seiten gleichermaßen gut“ zu servieren und „für alle die Prozesse zu vereinfachen und die Effizienz zu steigern“.

Die Digitalisierung ist auch für den Geschäftsführer der Donau Brokerline, **Alastair McEwen**, ein Dreh- und Angelpunkt. Hier habe sich „einiges

getan, wir arbeiten sehr aktiv daran, die Abläufe weiter zu optimieren und stellen digitale Lösungen sowohl für Einzelmakler als auch für Netzwerke zur Verfügung“, sagt McEwen. „Es zeigen sich jedoch Unterschiede, ob der jeweilige Schwerpunkt im Privatkunden- bzw. im Gewerbe-geschäft liegt.“

Michael Miskarik sieht eine deutliche Entwicklung: Bereits als ersichtlich wurde, welche Anforderungen auf Einzelvermittler mit der IDD und sonstigen regulatorischen Auflagen zukommen, sei absehbar gewesen, „dass sich ein klarer Trend vom Einzelvermittler zum Netzwerk abzeichnet“, sagt der Leiter der HDI Leben in Österreich, das „frühzeitig eine klar definierte Netzwerkstrategie ausgearbeitet und im Segment der selbstständigen Vermittler/-Netzwerke etabliert“ habe.

Eindeutig auch der Standpunkt von **Rainer Hörmann**, Leitung Versicherungstechnik Komposit bei der R+V in Österreich: „Aus unserer Sicht gehört der klassische ‚Einzelkämpfer‘ bis auf einige wenige ‚Monoliner‘ der Vergangenheit an. Es sind vor allem die erhöhten Haftungsrisiken und sonstigen Compliance- bzw. Aufsichtsthemen, die das Dasein eines Einzelkämpfers massiv erschweren bzw. sogar unmöglich machen. Das Know-how früherer Makler würde heute bei weitem nicht mehr ausreichen“. Die R+V stelle als Vermögensschadenhaftpflichtversicherer von Finanzdienstleistern





auch „einen massiven Anstieg an Haftungsfällen“ fest.

Seitens der Uniqa verweist **Peter Humer**, im Vorstand für das Ressort „Kunde & Markt Österreich“ zuständig, auf eine heuer gestartete neue Strategie im Firmenkundensegment, in deren Rahmen der Vertrieb österreichweit durch 50 Gewerbestarke Manager „mit hoher Entscheidungskompetenz“ unterstützt werde. Diese Kompetenzverlagerung in die Region nütze Einzelmaklern und Gruppen gleichermaßen.

Die Zusammenarbeit mit Netzwerken und Gruppierungen habe bei der Uniqa in den letzten Jahren zugenommen, „Tendenz weiterhin steigend“. Für die Uniqa bleibe wichtig, sowohl Einzelmakler als auch Netzwerke „bedarfsgerecht zu betreuen“. Zu beobachten sei, dass einzelne Makler „sich immer häufiger Gruppierungen anschließen“, ergänzt Humer. Der Vorteil liege in Synergieeffekten, etwa im Zusammenhang mit Regulierung, Rechtssicherheit oder Digitalisierung, aber auch hinsichtlich der Regelung der Nachfolge.

Unterschiede in der Zusammenarbeit

Wie unterscheidet sich die Zusammenarbeit der Versicherer mit Einzelmaklern von jener mit Maklergruppen? Inwiefern gibt es Unterschiede

im Hinblick auf Deckungsumfänge und Provisionen?

Während Einzelkämpfer im Regelfall auf klassische Versicherer-Produkte zugreifen, so Hörmann, versuchen Gruppen, bei den Versicherern sogenannte „Maklerprodukte“ zu platzieren, „die vor allem in der Entwicklungsphase einen hohen Verhandlungsaufwand nach sich ziehen“ und mit Blick auf die Rentabilität für den Versicherer „nach unseren Erfahrungen auch wesentlich schlechtere Ergebnisse liefern“. Letztere seien „teilweise auch durch einen massiv erhöhten Provisionsaufwand (Overheadkosten!) bedingt“.

Die Uniqa, erläutert Humer, treffe mit Maklergruppierungen Vereinbarungen, die zentral verhandelt und geschlossen werden und für alle Mitglieder gelten. Davon unberührt sei die Möglichkeit der persönlichen Betreuung durch Accountmanager, „sie ist von der Intensität der Zusammenarbeit mit den einzelnen Mitgliedern abhängig“. Im Unterschied zu Netzwerken seien sämtliche Betreuungsthemen von Einzelmaklern zur Gänze in der jeweiligen Region angesiedelt.

Die Donau Brokerline setzt McEwen zufolge auf regionale Betreuung, „unabhängig davon, ob wir mit einem Einzelmakler oder einem Mitglied in einer Gruppierung zusammenarbeiten“.



Zusätzlich habe man Strukturen geschaffen, die für österreichweit agierende Partner Betreuung bieten. Die Produkte der Donau „stehen jedem Vermittler in vollem Umfang zur Verfügung“, betont McEwen. „Die Provisionen haben qualitativ und quantitativ primär einen wirtschaftlichen Zusammenhang.“

Für die Allianz merkt Brandstötter an, sie biete ihre kürzlich lancierten Produkte „Meine Ablebensvorsorge“ und „Meine Unfallvorsorge“ zu einem einheitlichen Preis und mit denselben Deckungen für jeden Vertriebskanal an.

Wie die Kooperation mit Netzwerken aussieht

Wie gestaltet sich die Kooperation mit Maklerzusammenschlüssen? Was läuft gut, was könnte besser laufen? Der Allianz sei wichtig, „eine faire Partnerschaft zu leben, die durch ein Geben und Nehmen geprägt ist“, diese Erwartung habe sie auch an die Geschäftspartner, sagt Brandstötter. „Mit vielen pflegen wir genauso eine Partnerschaft, bei einigen wenigen gibt es sicherlich noch Potenzial.“ Ein offener Austausch sei „das Um und Auf und ein wesentlicher Hebel“ für eine gute Zusammenarbeit.

„Gespräche und Verhandlungen mit Gruppierungen sind sehr konstruktiv und erfolgen

partnerschaftlich im Zentralen Maklervertrieb“, erläutert Humer. „Sie sind die Basis, um für eine erfolgreiche Zusammenarbeit (Produktgestaltung, Konditionen, etc.) die bestmöglichen strategischen Rahmenbedingungen zu schaffen.“ Die operative Betreuung liege dann bei regionalen Accountmanagern. Eine „Herausforderung“ stelle die Zuordnung von Maklern zu Gruppierungen bei häufigen Wechseln oder auch bei Mehrfachmitgliedschaften dar.

Was aus Sicht der R+V in der Zusammenarbeit mit Gruppen „gut läuft“, ist das „verwaltungstechnische Abwicklungsprozedere, sobald der Prozess der Produktgenese abgeschlossen ist“. Was „besser laufen müsste“ oder wünschenswert wäre: „einheitlichere Kommunikationskanäle innerhalb der Verbände und bessere Produkt-Rollout-Kanäle“.

Für die Donau entscheide sich die Kooperation im Wesentlichen an zwei Punkten, sagt McEwen: Sehr wichtig seien „die Zusammenführung und Bearbeitung der gemeinsamen Bestände“, wesentlich die „Kontinuität der Zusammenarbeit und die Betreuung vor Ort“. Dazu zähle auch die „gemeinsame Digitalisierung der Prozesse“ zwecks Vereinfachung und Beschleunigung.



„Maklernetzwerke engagieren sich vorwiegend in der Schaden-/Unfallversicherung“, konstatiert Miskarik. „Im Gegensatz zu den Kaufsparten handelt es sich in der Personenversicherung um eine Verkaufssparte. Hier bedarf es eines gut strukturierten Beratungs- und Verkaufsprozesses.“ Jener der HDI Leben werde „in Maklernetzwerken wohlwollend angenommen“, so Miskarik. Aber: „Persönlich würde ich mir in den Netzwerken deutlich mehr Interesse an der Personenversicherung wünschen. Hier sehe ich deutlich Luft nach oben.“

Die Rolle der Gruppen in der Produktgestaltung

Welche Rolle spielen Netzwerke in der Gestaltung von Versicherungsprodukten? Bei der Neugestaltung achte die Uniqa darauf, dass auch die Anforderungen von Maklergruppierungen einfließen, unterstreicht Humer. „So basieren neue Uniqa-Produkte, wie etwa Privatschutz neu bzw. Unfallversicherung neu, die im Laufe des Jahres 2023 eingeführt werden, auf einem modularen Produktbaukasten.“ Dieser ermögliche eine „flexible Produktzusammensetzung bei gleichzeitig hohem Automatisierungsgrad in der Verarbeitung“.

Das Feedback der Geschäftspartner sei für die Allianz ein „wertvoller Input“, es gebe „viele gute Ideen und Vorschläge, zum Beispiel, was die Schadenerledigung betrifft“, sagt Brandstötter. „Wir nehmen immer wieder Optimierungen auf Basis ihrer Rückmeldungen an unseren Produkten und technischen Angeboten vor.“

Die Donau sei ständig in Kontakt mit ihren Partnern und sammle Rückmeldungen zu ihren Produkten, sagt McEwen. „Im Hinblick auf Zielmarkt und andere Ausprägungen fließt das in unseren Produktentwicklungsprozess ein. Wir lernen laufend voneinander.“

Die künftige Rolle von Netzwerken

Ein Blick in die Zukunft: Welche Rolle werden Maklergruppen nach Einschätzung der Versicherer in einem Marktumfeld spielen, das im

Wandel ist? Stichworte sind hier Insurtechs, Ökosysteme, „eingebettete“ und „On demand“-Versicherungen ...

So wie Versicherer seien auch deren Geschäftspartner gefordert, sich „angesichts der vielen neuen Trends und Veränderungen stetig weiterzuentwickeln“, meint Brandstötter. Er empfiehlt, das Thema „Nachwuchs“ im Auge zu behalten, denn gerade durch diesen könne man sich selbst besser kritisch hinterfragen und zu „wertvollen Inspirationen“ kommen. „Wir befinden uns in einem Marktumfeld, das die teilweise komplett unterschiedlichen Bedürfnisse und Herangehensweisen von vier Generationen berücksichtigen und entsprechende Lösungen anbieten muss. Gleichzeitig sind wir heute mehr denn je gefragt, rasch auf Veränderungen zu reagieren bzw. als ‚Frontrunner‘ auch Innovationen zu fördern.“

Hörmann geht davon aus, dass vor allem Insurtechs „à la longue die klassischen Makler, aber auch Maklerverbände massiv verdrängen, da diese Unternehmen das Thema der ‚Skalierung‘ beherrschen und damit vor allem die eigenen, aber auch die Versichererergebnisse langfristig positiv beeinflussen“. Außerdem, sagt Hörmann, sorgen sie vor allem auch auf Firmenkundenseite für eine erhöhte Produkttransparenz nahezu in Echtzeit. „Das spart Geld und Zeitressourcen und trifft den Nerv der jungen Unternehmergeneration.“

„Innovative Geschäftsmodelle beflügeln unsere etablierte Ökonomie und motivieren uns, vieles neu zu denken“, sagt Miskarik. „Dieser Dynamik stellen wir uns gerne, da wir in Netzwerken für die Zukunft großes Potenzial orten. Perspektivisch glauben wir an ein geordnetes Zusammenspiel zwischen künstlicher und emotionaler Intelligenz.“

Die fortschreitende Digitalisierung und Automatisierung unterstütze Makler und Mehrfachagenten in der täglichen Arbeit, meint Humer. So bleibe in Zukunft mehr Zeit für die persönliche Beratung. „Maklergruppierungen treten immer wieder als Treiber neuer digitaler Entwicklungen auf, und dies wird auch in Zukunft so bleiben.“ ■

Werbung

wefox

Ab ans Meer!

Wir machen es möglich.



Mit unserer cloudbasierten IT Lösung bist du bestens vernetzt - wo auch immer du gerade bist.

Deine Vorteile unserer 360° Servicelösung:

- Bestandssicherheit
- IT-Komplettsystem
- Weiterbildung
- Ertrag
- Produkt
- Service

Was Maklernetzwerke über Versicherer sagen

Wie gestaltet sich aus Sicht von Maklergruppen die Kooperation mit Versicherern? Was läuft aus ihrer Sicht gut, was könnte besser laufen?

Von Emanuel Lampert

„Grundsätzlich funktioniert unsere Zusammenarbeit sehr gut“, stellt das CBN-Broklernetzwerk fest. Oft komme es jedoch „aufgrund der immer komplexeren internen Vorgänge bei den Versicherungsunternehmen“ zu langen Umsetzungszeitspannen.

„Wir legen großen Wert auf einen kooperativen Umgang und ein gutes Gesprächsklima mit den Vertretern der Versicherer. Obwohl diese in ihrer Produktstrategie einheitlicher auftreten wollen, gelingt es uns immer wieder, einzigartige Produktlösungen zu kreieren“, sagt g&o-Broklernetz-Geschäftsführer **Herbert Orasche**. „Natürlich bleiben die noch nicht gut funktionierenden oder gar nicht vorhandenen Schnittstellen eine Baustelle, aber auch hier bewegt sich etwas.“

Die IGV will „ganz bewusst nicht von Kooperationen“ sprechen, sondern von Partnervereinbarungen. Die „größte Herausforderung“ werde es sein, im Zusammenspiel „Kunde-Makler-Versicherer“ und gemäß den regulatorischen Vorgaben die Produktentwicklung weiter „auf Augenhöhe gemeinsam“ zu gestalten, „allen Trends zur Standardisierung der Produktlandschaften zum Trotz“.

Ohne direkte Anbindung an die Versicherer werde es schwer werden, Geschäfte zu machen. Doch, so die IGV, „auch die Versicherungsunternehmen müssen aus dem Wollen in das Tun und Umsetzen von gemeinsamen Schnittstellenanbindungen kommen“. Eine Antragsabwicklung via Schnittstelle sei Grundvoraussetzung, um auf der Tarifvergleichsebene im IGV-Manager aufgelistet zu werden.

Und der IGV-Präsident **Anton Brenninger** betont: Der Versicherungsmakler sei dem Kundenauftrag verpflichtet, „ein direkter Kundenkontakt seitens des Versicherungsunternehmens ist nicht angebracht, stört das partnerschaftliche Verhältnis ‚Makler zum Versicherungsunternehmen‘ und irritiert überdies den Kunden“.

„Sobald der Versicherer sieht, dass die Einschaltung eines Spezialmaklers auch seine Prozesse optimiert und das Geschäft dadurch sowohl volumensmäßig als auch qualitativ besser läuft, gestaltet sich die Kooperation recht einfach“, konstatiert **Marcel Mittendorfer** („Makler für Makler“). Die Anforderungen an den Produktentwickler seien nur ungleich höher als früher, „muss er doch nicht nur in der Zielgruppe etabliert und bei deren Risiken sattelfest sein und mit den Versicherern auf Augenhöhe kommunizieren können, sondern eben auch bei DSGVO, IDD, Unterlagendesign, und dann auch noch Support für Anfragen bieten können“.

Hürden ortet er vor allem dort, „wo die Technik oder die vielen neugeschaffenen ‚Compliance‘-Abteilungen ein flexibleres Agieren verhindern. Manche Versicherer stoßen bereits bei unserem Grundsatz ‚Eigene Wertung, direkte Polizze, direkte Provision für den Kundenbetreuer‘ an die Limits ihrer Systeme, weil sie neue Marktentwicklungen nur ungenügend eingeplant haben.“

Umberio sieht mittlerweile viele Versicherer Abstand von individuellen Rahmenvereinbarungen nehmen. Gerade das



sei aber ein Ausgangspunkt, der dem Endkunden einer Maklervereinigung zu Gute komme. „Zum anderen stellt dies auch ein Alleinstellungsmerkmal für jedes einzelne Mitglied in dessen Region dar.“

Versfinanz findet, dass die Kooperation „kontinuierlich schwieriger wird“, weil die Standardisierung von Produkten und Ablaufprozessen immer mehr zunehme. „Automatisierte Prozesse und künstliche Intelligenz übernehmen immer mehr zu Lasten des gesunden, menschlichen Hausverstands das Zepter“, sagt Geschäftsführer **Rudolf Lasch**. Kompetente, lösungsorientierte und erfahrene Mitarbeiter „sowohl bei Produkt- als auch bei Schadensthemen werden immer rarer, der kontinuierliche Abbau personeller und fachlicher Ressourcen zwecks Optimierung der ‚cost income ratio‘ und damit verbunden die ständig umfangreichere Auslagerung originärer Versicherer-Aufgaben – Stichwort Polizzierung – machen uns durch überbordende Bürokratie das Vertriebsleben immer schwerer“. Lasch hat auch den Eindruck, „dass bei manchen Versicherungsgesellschaften eine gewisse Abgehobenheit in puncto Kommunikationsverhalten zunimmt“.

Die Arge Med berichtet, in ihrem Bereich sei es „leider schwierig“, für spezifische, berufsrelevante Deckungen Versicherer zu finden. Sie wünscht sich größere Vielfalt, um nicht in eine Abhängigkeit zu geraten; manche Risiken zeichne bloß ein einziger Versicherer. „Hier besteht für

uns das Risiko, dass sich beim Versicherer handelnde Personen ändern, oder neue Konzernvorgaben diese Deckungen für unsere Kunden nicht mehr zur Verfügung stellen. Für die Kunden besteht das Risiko, den Versicherer nicht wechseln zu können, wenn dies angebracht erscheint“, so Obmann **Eric Rubas**.

Die Versicherungstreuhandler sehen die Versicherungswirtschaft sowohl in der „Beratung“ als auch in der „Vermittlung“ als Partner, hält der ÖVT fest, fügt aber auch hinzu: „Im Bereich der Fremdschadenregulierung wünschen wir uns von unseren Partnern eine Diskussion auf Augenhöhe und keine Floskeln, die dann im Extremfall vor Gericht ohnehin nicht standhalten.“

Der VOVM bewertet die Kooperation mit Versicherern als „unverändert gut“. Das Maklergeschäft beruhe auf Fachwissen und Dialog; es müsse darauf geachtet werden, dass diese Fähigkeiten künftig angesichts fortschreitender Automation und Digitalisierung in den Versicherungsgesellschaften nicht zu kurz kommen, sagt Präsident **Andreas Krebs**: „Auch wenn der Begriff ‚Betreuer‘ mittlerweile etwas belächelt wird: es wird diese Funktion auch in Zukunft notwendig sein und die entsprechende Dienstleistung nicht durch Elektronik ersetzt werden können.“ ■



Wie Mitglieder ihr Maklernetzwerk beurteilen

Das VersicherungsJournal hat sich unter Mitgliedern heimischer Maklernetzwerke umgehört: Als wichtigste Vorteile werden der leichtere Zugang zu attraktiven Produkten, EDV-Lösungen, Rechtssicherheit und die Vernetzung mit Kollegen genannt. Neue Mitglieder erhoffen sich vor allem, mehr Zeit für Kunden zu haben, langjährige Netzwerkpartner sehen ihre Erwartungen fast zu 100 Prozent erfüllt.

Von Marius Perger

Wir haben uns bei langjährigen, aber auch bei ganz neu eingetretenen Mitgliedern einiger in Österreich tätiger Maklernetzwerke erkundigt, wie sie diese beurteilen. Dazu erhielten wir Antworten von Netzwerkpartnern der EFM Versicherungsmakler AG, der g&o-Brokernet GmbH, der Umberio GmbH und der Versfinanz Mag. Lasch & Partner GesmbH.

Wir wollten wissen, was der Anlass gewesen ist, dem Netzwerk beizutreten, und haben gefragt, welche Vorteile Netzwerkmitglieder gegenüber der Situation eines Einzelkämpfers sehen, welche Erwartungen sie an ihre Mitgliedschaft haben bzw. ob sich ihre Erwartungen erfüllt haben. Die interessantesten Aussagen fassen wir im Folgenden zusammen.

Warum Makler einem Netzwerk beitreten

Dass **Arno Winter** aus Salzburg dem Maklernetzwerk von g&o beigetreten ist, lag vor allem an den immer unübersichtlicheren Angeboten am Markt und an der Tatsache, dass es für einen Einzelkämpfer „kaum oder gar nicht möglich“ ist, Produkt-Sonderlösungen zu erhalten. Ähnlich sieht es **Markus Feller** aus St. Johann in Tirol, Mitglied bei Umberio: Sondervereinbarungen oder Rahmenverträge von Versicherungsunternehmen zu bekommen, sei allein schwierig. Für **Andreas Hofer** aus Vorau, langjähriges Mitglied bei EFM, waren ausverhandelte Produkte, Rabatte und Courtagen Anlass für seine Mitgliedschaft. Und

für **Norbert Jagerhofer** aus Hirschbach in Oberösterreich sind die über dem Marktstandard liegenden Deckungen und konkurrenzfähigen Prämien bei Umberio wichtig.

Nicht weniger ausschlaggebend war es für **Feller** und **Jagerhofer**, eine IDD-konforme Abwicklung des Geschäfts sicherzustellen. Gesetzliche Voraussetzungen zu erfüllen, sei für einen einzelnen Makler nicht mehr zu bewältigen, meint dazu **Hans-Peter Krißmer**, EFM-Mitglied aus Imst. Und auch **Winter** beklagt gestiegene Rechtsanforderungen und Aufwände. **Gernot Kitz** aus St. Veit an der Glan hebt besonders hervor, dass ihm durch EFM administrative Arbeiten abgenommen werden und er sich voll und ganz auf seine Kunden konzentrieren kann. Auch für **Wolfgang Hosp** aus Reutte, seit kurzem Mitglied bei g&o, war die Vereinfachung der täglichen Arbeit ein Grund, dem Netzwerk beizutreten.

Dazu hebt **Hosp** auch die Vernetzung mit Kollegen hervor. **Kitz** meint sogar, dass langfristiges Überleben am Markt nur durch ein gutes Maklernetzwerk möglich sei. Und für **Christian Hofer** von der HK Consulting GmbH in Vöcklamarkt, erst seit wenigen Wochen bei Umberio, war der Austausch mit Experten auf deren jeweiligem Spezialgebiet Anlass für die Mitgliedschaft.

Für **Thomas Ostermayer**, Branchen-Quereinsteiger und seit 2020 Versfinanz-Partner im niederösterreichischen Zarnsdorf, waren Know-how, Stärke und Durchsetzungskraft des Netzwerks

ausschlaggebend, außerdem wollte er eine erfolgreiche und langfristige Nachfolge-Regelung für das Maklerbüro seines Vaters mit einem starken Partner an der Seite planen und umsetzen.

Wo Makler Vorteile von Netzwerken sehen

„Das Verkaufen ist viel einfacher“, bringt es Kitz auf den Punkt. Attraktive Produkte und die größere Auswahl zählen zu den größten Vorteilen eines Netzwerks, so die einhellige Meinung: „Die Produkte-Vielfalt kann ich als Einzelkämpfer nicht erreichen“, sagt beispielsweise Hosp. Für ihn sind auch die Aufbereitung der Produktlösungen und dazugehörige Preisvergleiche wichtig. Andreas Hofer weist dazu darauf hin, dass die durch die interne Fachabteilung ausverhandelten Best-Advice-Produkte hohe Rechtssicherheit bei der Beratung bieten. Und Feller sieht Chancen zur Spezialisierung, weil Spezialprodukte neue Geschäftsfelder ergeben.

Apropos Rechtssicherheit: Man könne sich darauf verlassen, dass die DSGVO- und IDD-Erfordernisse umgesetzt sind, erklärt Winter. Und auch **Ronald Fürst**, EFM-Franchisepartner in Oberwart, sieht es als großen Vorteil, dass Formulare und Vorlagen den rechtlichen Vorgaben entsprechen.

Dass eine eigene Fachabteilung dem Makler bei speziellen Fragen zur Seite steht, ist für **Lisa Danklmaier** von EFM Schladming wichtig: Sie betont – so wie einige andere – den Austausch mit Kollegen: „Wenn man eine Frage hat, kann man immer jemanden anrufen“. Fürst hebt den „kollektiven Wissenspool innerhalb der Gruppe“ hervor, und auch für Krißmer sind das „fundierte Fachwissen“ der Makler und der jeweiligen Fachabteilung des Maklernetzwerks bedeutende Vorteile. Thomas Ostermayer erkennt darin ein „Sicherheitsnetz, wo mir bei Problemfällen geholfen wird“.

Großen Stellenwert hat auch die EDV: Thomas Ostermayer sieht Vorteile durch Kunden-, Provisionsverrechnungs- und Vertragsverwaltungsprogramme mit EDV-Schnittstellen zur Direktpolizzierung sowie durch das eigene



Vergleichsprogramm. Und sein Vater **Michael Ostermayer** ergänzt: „Große und teure Investitionen in die EDV können nur gemeinsam gestemmt werden.“

Als weitere Positiva werden auch das größere und leichter zu bewältigende Angebot für Weiterbildung, Kulanzregelungen oder Vereinbarungen mit Versicherern auf der Vergütungsseite genannt. Und schließlich wirke es sich auch günstig aus, dass dem Einzelnen Verhandlungen mit den Versicherungen abgenommen werden.

Was sich neue Mitglieder erwarten

„Ich erwarte mir, dass das Versprochene gehalten wird“, sagt Thomas Ostermayer. Und dazu optimale Produkt- und Prämienkonditionen, ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch mit erfahrenen Kollegen, die Organisation von Fortbildungsveranstaltungen und EDV-Anwendungen für den mobilen Einsatz. Ganz wichtig für ihn ist auch die Unterstützung bei Fragen im Zusammenhang mit der späteren Betriebsnachfolge betreffend das Maklerbüro seines Vaters.

„Gelebte Wahrheit, Klarheit, Transparenz, Wertschätzung, Loyalität und Fairness“ – das sind die Erwartungen von Christian Hofer an Umberio: „Das ist heutzutage einfach sehr viel wert und sollte nicht nur auf dem Papier festgehalten sein.“

Eine „bessere Arbeits- und Lebensqualität“ erhofft sich Danklmaier von ihrer Mitgliedschaft bei EFM. Entscheidend sei, dass sie auf das System vertrauen kann, sich nicht mit bedeutungslosen Sachen ärgern muss und sich auf ihre Arbeit konzentrieren kann, weil die Hintergrundarbeit von der Servicezentrale erledigt wird.

Mehr Zeit für den Kunden und dadurch eine bessere Servicequalität, ein schnelleres Wachstum durch die Arbeitserleichterung und durch bessere

Produkte sowie Unterstützung bei schwierigen Fällen erwartet Kitz. Und Hosp rechnet mit einer spürbaren Vereinfachung der Arbeitsabläufe im täglichen Geschäft sowie mit einem befruchtenden Austausch unter Maklerkollegen.

Erwartungen erfüllt?

Ob sich ihre Erwartungen an ihr jeweiliges Netzwerk erfüllt haben, wollten wir von langjährigen Mitgliedern der Maklernetzwerke wissen. Die Antworten darauf fielen durchwegs positiv aus: für die meisten haben sich die Erwartungen „zu 100 Prozent erfüllt“.

Was Makler sich erhofft hatten, als sie ihrem Netzwerk beigetreten sind, waren hauptsächlich eine funktionierende EDV-Lösung, ein Wissenspool, rechtlich einwandfreie Formulare und Dokumente, eine Reduktion der Verwaltungsarbeiten oder Unterstützung in Schaden- und Vertragsfällen, in denen das „Gewicht eines großen Netzwerks den Unterschied ausmacht“.

Aber auch sehr individuelle Erwartungen sind eingetroffen: „Vor allem wollte ich meine

Individualität und Unabhängigkeit erhalten“, sagt Winter. Andreas Hofers Ziel sei es gewesen, die „kostbare Arbeitszeit für den Kunden zu verwenden“ – dank der Mitgliedschaft in seinem Netzwerk habe er eine „sehr zufriedenstellende Arbeits- und Lebensqualität erreicht“. Für Krißmer war es wichtig, dass mit der Franchisegebühr „alles erledigt“ ist. Feller wollte nicht nur Produktnehmer sein, sondern auch aktiv mitarbeiten, um eigene Wünsche und Vorstellungen realisieren zu können; dabei seien auch „tolle Freundschaften“ entstanden. Eine Lösung, um auch Privatkunden wirtschaftlich sinnvoll versichern zu können, hat Jagerhofer gesucht und bei seinem Netzwerk gefunden. Und für Michael Ostermayer war es entscheidend, keine Vorgaben hinsichtlich Provisionsumsatz oder Verkaufszahlen zu bekommen und nicht „dort oder da das Geschäft abgeben“ zu müssen; besonders schätzt er die „faire und transparente Provisions- und Bonifikationsgebarung“ sowie die „gelebte Handschlag-Qualität und Verlässlichkeit des Netzwerk-Managements“. ■



VERSFINANZ

www.VERSFINANZ.at

DAS VERSICHERUNGSJOURNAL SPEZIAL KOSTENLOS FÜR IHR BÜRO

Sie können dieses Heft (max. 3 Stück und so lange der Vorrat reicht – höhere Auflagen auf Anfrage) auch gerne für Ihre Mitarbeiter oder ausgewählte Kunden kostenlos bestellen.

Bei Interesse wenden Sie sich bitte unter Angabe Ihrer Postadresse und der Stückanzahl unter info@versicherungsjournal.at an den Verlag.

GOLDEN GATES EDELMETALLE



Ihre Ansprechpartner

Dir. Helmut Horeth
helmut.horeth@goldengates.at
+43 (0) 664 / 43 67 333



Dir. Uwe Erbschwendtner
u.erbschwendtner@uemg.at
+43 (0) 664 / 456 55 15

GOLDEN GATES AG

Seit zehn Jahren der Experte für mobile Sachwerte und Testsieger bei Focus Money 2022. Die Mission: Finanzielle Fitness für Österreich mit Edelmetallen als Inflationsschutz. Das Ziel: Expansion mit Qualität.

Unsere Akademie ist das ideale Servicetool zur professionellen Weiterbildung und Verkaufsunterstützung zum Thema mobile Sachwerte. Online-Kundenvorträge mit dem Fokus zur Neukundengewinnung sind ein zusätzliches kostenfreies Angebot. Über 1.000 Vertriebspartner in Österreich nützen bereits diese Vorteile.



Ihr Ansprechpartner
Rainer Polleichtner, MBA, MLS
rainer.polleichtner@efm.at
+43 (0)664 / 808 80 600 00

EFM Versicherungsmakler

Binnen sieben Jahren sind unsere Unternehmenspartner um durchschnittlich 100 Prozent gewachsen. Das F&E-Budget zur Weiterentwicklung unserer Partnerbetriebe befindet sich in ähnlicher Höhe wie der durchschnittliche Jahresumsatz des EFM Maklers. Die Kostenbeteiligung am Unternehmen wird überwiegend durch Kunden und Versicherer finanziert. Somit ist die EFM für den Makler „quasi gratis“. Weiters genießen alle EFM Kunden der Partnerbetriebe mit unserem 3-fach-Schutz den vermutlich besten Versicherungsschutz Österreichs.



Ihr Ansprechpartner
Thomas Litschauer,
Generalsekretär
office@igv-austria.at
+43 (0)1 / 361 99 02 - 0

IGV Austria

Die IGV Austria (www.igv-austria.at) wurde als Interessensgemeinschaft österreichischer Versicherungsmakler im Jahr 2009 gegründet und besteht heute aus sieben Unterorganisationen mit in Summe 160 Mitgliedsbetrieben. Unserer Verantwortung werden wir mit unserer einheitlichen Abwicklungsplattform - dem IGV-Manager 2.0 - gerecht, denn für eine Gemeinschaft unserer Größe ist eine durchgängige, einheitliche und effiziente Abwicklung der Geschäftsanträge unabdingbar erforderlich.

1 Ernte LEBENSWERT

HDI LEBEN
macht das Leben
lebenswert

Versichern Sie, was sich im Leben lohnt.