



Ständig dasselbe tun und ein anderes Ergebnis erwarten?

„Wer immer am Ufer verharrt, entdeckt keine neuen Ozeane.“ — mit diesem Zitat beginnt ein Kommentar von Michael A. Hillenbrand, Geschäftsführer dvvf Deutsche Verrechnungsstelle für Versicherungs- und Finanzdienstleistungen AG, in Verbindung mit der Marktschätzung und der Situation für die Versicherungsbranche und den Versicherungsmakler zwei Jahre nach der Einführung des LVRG.

Michael A. Hillenbrand, Geschäftsführer dvvf
Deutsche Verrechnungsstelle für Versicherungs- und
Finanzdienstleistungen AG

Der Kommentar war im Original ohne Kürzung veröffentlicht:

Erstaunlich ist dabei einmal mehr, dass immer noch so viele Kollegen dem Weg der Lemminge folgen. Aber schließlich gilt:



Dabei gibt es für all die geschilderten Probleme und Unzulänglichkeiten längst Lösungen, die sehr viele Vermittler nutzen. Und darauf möchte ich hier aufmerksam machen. Wenn 60 Prozent der Befragten angeben, dass das Geschäft nicht mehr so attraktiv ist und von weiterhin abnehmendem Geschäft für 2016 ausgehen, so ist das doch nicht verwunderlich, wenn man die Entwicklung der LV-Branche betrachtet. Viele Gesellschaften haben in den „fetten Börsenjahren“ Wasserköpfe aufgebaut, die ihnen nun kostenmäßig auf die Füße fallen. Das haben selbst die Kunden begriffen.

Deshalb liegt die Lösung für die Kollegen darin, alternative Angebote mit niedrigerer Kostenbelastung zu finden. Das

können Nettotarife, Angebote von Direktversicherern oder Kapitalanlagen ohne Versicherungsmantel sein. Damit kann man auch heute noch Kunden begeistern. Mit dem richtigen Honorarmodell – eine Teilzahlungsvereinbarung für den Kunden flankiert mit einer Vorfinanzierung durch Factoring - kann jeder Vermittler seinem Kundenauftrag gerecht werden UND mehr verdienen als vor Einführung des LVRG!

Wie man weiter lesen kann, liegt der Vertriebsfokus auf den biometrischen Produkten. Dies zeigt, dass die Vermittler, v. a. die Makler, wohl wenig darüber nachdenken, was ihre eigentliche Aufgabe aus Kundensicht ist, sondern sich meist von den „Einfällen“ der Versicherer leiten lassen. Sie verkommen zu reinen Absatzorganen. Dabei kann ein „Einzelkämpfer“ mit 300 Kunden und dem richtigen Konzept problemlos 100-150.000 Euro jährlich verdienen, und läge damit deutlich über den Einkünften des Durchschnittsmaklers.

Man müsste sich nur fragen: „Was braucht der Kunde und wie setze ich es für ihn möglichst preiswert um?“ Dabei spielt dann die Höhe des Honorars schon fast keine Rolle mehr, weil fast jeder Kunde bereit ist, etwas mehr zu geben, wenn er nachvollziehbar mehr erhält. Das beweisen die Kunden (Makler) der dvvf AG Deutschen Verrechnungsstelle täglich.

Mit solchen Lösungen lösen sich die Nachteile des LVRG von ganz alleine auf. Wer – wie ein ordentlicher Kaufmann – seine Vergütung selbst festlegt, den interessiert es nicht, dass nunmehr 77 Prozent der Makler angeben, dass die Versicherer die Provisionen um 10 und mehr % gesenkt haben. Im gleichen Zeitraum haben die Vermittler auf Honorarbasis:

ihre Vergütungen deutlich erhöht, weil sie das selbst bestimmen können, gleichzeitig die klassische Stornohaftung vollständig beseitigt, anstatt sie ins Unendliche zu verlängern.

Die Bestandsprovision durch eine Betreuungspauschale zu ersetzen ist mittlerweile ein „Kinderspiel“ für diejenigen, die sich intensiv damit beschäftigt haben. Da muss man nicht warten, bis ein Versicherer die BP nach Kürzung der Abschlussprovision erhöht.

auch nur einen Monat Stornohaftung nach sich zu ziehen?



Mehr zum Thema:

<http://www.experten.de/2016/08/18/2-jahre-lvrg-eine-nuechterne-bilanz/>

Bild: (1) © freshidea / fotolia.com (2) © dvvf Deutsche Verrechnungsstelle für Versicherungs- und Finanzdienstleistungen AG



Aber statt sich weiterzuentwickeln und dadurch mehr zu verdienen, laufen 66 Prozent der Befragten weiterhin den Provisionen der Versicherer hinterher. In diesem Zusammenhang von einem Beratungsansatz zu sprechen, wenn nur das „verkauft“ wird was die Versicherer gerade für „in“ halten, erscheint dann doch verfehlt.

Vielmehr sollten die Kollegen darüber nachdenken:

- Auf welcher Seite stehe ich – was ist meine wirkliche Aufgabe?
- Was braucht/will mein Kunde?
- Wie kann ich ihm helfen, sein Ziel zu erreichen?
- Wie kann ich dabei Interessenkonflikte, vor allem die wirtschaftliche Abhängigkeit von Produktlieferanten, eliminieren?
- Braucht es überhaupt einen Versicherungsmantel dazu?
- Können biometrische Risiken nicht einfach über Risikoverträge abgesichert und Kapital über alternative Produkte mit niedrigen Kosten abgebildet werden?
- Wenn ich für alternative Produkte keine Zulassung habe, wie erlange ich die oder wer kann mir dabei helfen? (Fakultäten-Denken wie bei Ärzten)?
- Wie zeige ich meinem Kunden, wieviel höher der Vorteil ist, obwohl ich dabei ein Honorar integriert habe, das die Provisionen weit übersteigt, ohne

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943489/staendig-dasselbe-tun-und-ein-anderes-ergebnis-erwarten/>