

Rund um den Versicherungsmakler-Beratertag in Wien

Mehr Transparenz schafft mehr Vertrauen

Mit ihrer sechsten Neuauflage ist die Wiener Maklertagung bereits Tradition, aber noch nicht Routine. Mit dem diesjährigen Thema wird versucht, Misstrauen und Widersprüche im heimischen Versicherungsmarkt ab- und öffentliches Vertrauen breiter aufzubauen.

Im Zielpunkt aller Aktivitäten des Veranstalters, der Fachgruppe Versicherungsmakler in der Wiener Wirtschaftskammer, steht die Profilierung des eigenen Berufsstandes als neutraler, seriöser, umfassend informierter und konsumentenverbundener Berater in sämtlichen Versicherungsangelegenheiten. Dass diese von Jahr zu Jahr komplizierter und vielfältiger werden und dass der durchschnittliche Konsument von Versicherungsprodukten wählerischer, misstrauischer und anspruchsvoller wird, ist evident. Die Gretchenfrage an die Makler lautet: Ist diese Berufsgruppe auf diese Herausforderungen solid vorbereitet oder sind nicht noch dringende Hausaufgaben zu erledigen?

Großflächige mediale Maklerkampagne

„Der Maklertag hat in erster Linie Imagebildung zum Ziel und will in der Branche eine Dialogplattform sein“, sagt Fachgruppenobmann **KR Rudolf Mittendorfer** (Foto). „Das haben wir in hohem Maß erreicht. Wir haben heuer General- und Vorstandsdirektoren aller großen Versicherungen als Gäste; weitere Gäste kommen aus allen Bereichen der Politik und Wirtschaft. Die

Themen sind so gewesen und werden auch so bleiben, dass wir über den Versicherungsbereich hinausgehen und uns als *die* Ratgeber für die Themen Vorsorge und Sicherheit für den Kunden positionieren. Was wir mit einer solchen Veranstaltung *nicht* erreichen können, ist Bekanntheit im Großen.



Das würde nur funktionieren, wenn Journalisten aller großen Tageszeitungen dort wären und kampagnenweise darüber schrieben, wie gut es ist, dass es Versicherungsmakler gibt. Das wird wohl nicht passieren. Deswegen haben wir in einer Art Masterplan den Schritt gesetzt, dass die österreichischen Versiche-

rungsmakler großflächig und gezielt in allen Medien werben werden. Die Kampagne wird alle wichtigen Medien, TV, Radio, Plakate, Zeitungen und Zeitschriften, erfassen. Sie wird noch im heurigen März starten. Damit haben wir erstmals flächendeckend österreichweit die Chance, uns in unserer Tätigkeit sowie die Marke Versicherungsmakler präsent zu machen. Dann wird man sehen, ob es gelingt, die Tätigkeit des Versicherungsmaklers konkret und signifikant in der Wahrnehmung der österreichischen Bevölkerung positiv zu verändern.“

Multichannel-Strategie

Kompositversicherer bekennen sich in ihrem Vertrieb in der Regel zum Multichannel-Ansatz. Davon dürften sie auch bei optimaler Profilierung der Makler nicht abzubringen sein. Denn die Überzeugung, möglichst viele unterschiedliche Verkäufer bringen möglichst viel Geschäft, wird man kaum aus den Köpfen der Versicherungsmanager bringen. Mittendorfer meint dazu: „Es gibt Themen, die die ganze Branche betreffen, und für sie muss man Branchenlösungen finden. Deswegen halten wir beim Maklertag immer ein Dialogforum für unverzichtbar.“

Bezüglich Vertriebs machen sich viele Versicherungsmanager Sorge, so dass sie sich von einem Vertriebsweg abhängig machen könnten und versuchen daher, sich mit dem Multichannel-Ansatz ein breites Spektrum möglicher Verkäufer zu schaffen, dass es nicht zu einer einseitigen Abhängigkeit kommt. Als Makler sind wir natürlich der Meinung, dass Versicherungen am besten bedient wären, wenn sie sich nur noch als Produktlieferanten sehen und den Schaden abwickeln, aber die Beratung unabhängigen Experten, sprich den Maklern, überlassen. Es gibt ja viele Märkte auf der Welt, wo das Geschäft zu 90 und mehr Prozent von Maklern getragen wird. Dahin ist noch ein weiter Weg. Dazu gehört Bewusstseinsbildung nicht nur innerhalb der Maklerbranche - viele von uns stellen diesen Anspruch gar nicht -, sondern auch innerhalb der breiten Öffentlichkeit.“

Makler gegen Versicherungs-Aussendienst

Neu auf den Markt kommende Versicherer haben in Österreich aufgrund der hohen Kosten kaum die Chance, einen angestellten Aussendienst aufzubauen. Daher gibt es viele Versicherer in Österreich, die

Kostenlose Maklerbetreuung

An jedem dritten Mittwoch im Monat findet im Haus der Kaufmannschaft am Sitz der Fachgruppe der Versicherungsmakler, Wien 3, Schwarzenbergplatz 14, eine kostenlose Beratung für jeden an Versicherungen Interessierten statt. Das ist Teil der Aktivitäten der Wiener Versicherungsmakler, um ihre Leistung bekannt und transparent zu machen sowie ihre Unabhängigkeit und ihr branchenweites Produkt- und Leistungs-Know-How unter Beweis zu stellen. Es ist ratsam, sich unter **01-51450** Durchwahl **3752** anzumelden. Darüber hinaus können unter **www.wiener-versicherungsmakler.at** Informationen über Versicherungen und zur Fachgruppe der Wiener Versicherungsmakler abgerufen werden.

nur mit Maklern zusammenarbeiten, in ihrem Heimmarkt sehr wohl aber einen Multichannel-Ansatz im Vertrieb fahren. Mittendorfer: „Maklern wird unterstellt, dass sie niedrigere Prämien verkaufen als angestellte Außendienstmitarbeiter. Das kommt daher, weil sie den Markt gründlich kennen und ihre Rabattmöglichkeiten kräftig ausreizen - und höhere Schadensätze haben. Hier liegt ein meist absichtlicher oder unabsichtlicher Rechenfehler vor. Daneben ist eine echte Vollkostenrechnung eines Versicherungs-Komplettvertriebs vom Vertreter über die Administration bis hinauf zum Generaldirektor umgelegt auf das Gesamtgeschäft so gut wie unmöglich. Bei Maklern ist das relativ einfach: Denn dort sind

die Kosten leicht zuordenbar. Daher gibt es Versicherer, die aus unserer festen Überzeugung zur falschen Auffassung kommen, das Maklergeschäft sei für sie teurer. Wir sind überzeugt, dass das Maklergeschäft den Versicherern billiger kommt, weil es dabei kaum indirekte Kosten gibt. Diese werden in vielen Versicherungen schlicht negiert.“

Der Versicherungsmakler ist Risk-Manager. Er definiert mit seinem Kunden das Risiko, analysiert, welche Risiken seines Kunden sinnvollerweise versichert werden müssen. Mittendorfer: „Hat ein Experte den Überblick über alles, hat der Kunde Gewähr, dass er das bekommt, was er braucht zur günstigsten möglichen Prämie mit bestmöglicher Deckung.“ *Ernst A. Swietly*

RÜCKBLICK

Informationstag der Wiener Versicherungsmakler 2007



Foto (2): Wiener Versicherungsmakler

Podiumsdiskussion: Prof. DDr. Franz-Josef Radermacher, KR Herbert Fichta, Dir. Hermann Pfanner, Barbara van Melle, Prof. DDr. Paul Zulehner, FGO Rudolf Mittendorfer

„Ar(M)ut - Wohlstand - Sicherheit“, dieses hochbrisante und aktuelle Thema wurde anlässlich des 5. Informationstages der Wiener Versicherungsmakler am 7. März des Vorjahres im Palais Ferstel diskutiert. Die Ambivalenz der Armut war Ausgangspunkt der Modell-Vorschläge, die Fachgruppenobmann **KR Rudolf Mittendorfer** und der international renommierte Wissenschaftler **Prof. DDr. Franz-Josef Radermacher**, Initiator des „Global Marshall Plan“, vorstellten.

Radermacher, hielt in seiner Rede fest, dass sich die Welt zum Anfang des neuen Jahrhunderts in der Folge des Megatrends „explosive Beschleunigung“ in einer extrem schwierigen Situation befindet.

Ursache hierfür sind völlig inadäquate weltweite Rahmenbedingungen des Wirtschaft-

tens. Prof. Radermacher erläuterte weiter, dass spätestens seit der Weltkonferenz von Rio de Janeiro 1992 die Welt sich vor der Herausforderung sieht, eine nachhaltige Entwicklung bewusst zu gestalten.

Mit dem Rückzug des Staates von vielen Leistungen kommt dabei der privaten Vorsorge eine ständig steigende Bedeutung zu. Die Versicherungswirtschaft ist dabei der klassische Anbieter von „Hilfe zur Selbsthilfe“. Die „Versicherung auf Gegenseitigkeit“ war und ist geradezu „die Lösung“ für das Spannungsfeld von Gewinnstreben und Nachhaltigkeit. Dass letzteres wohl entscheidend für das Gelingen unserer Gesellschaftsordnung ist, beweist sich tagtäglich nicht nur im ökonomischen, sondern auch im ökologischen Sinn, so Mittendorfer. *rgd.*