

Die Umsetzung der EU-Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) und weiterer Regulierungen erhöht den Aufwand und die Risiken für Versicherungsvermittler. Stehen dem auch neue Geschäftschancen gegenüber, die es jetzt zu ergreifen gilt?



Heiko Reddmann,  
Geschäftsführer der  
Honorarkonzept GmbH

**Die** jetzigen regulatorischen Gegebenheiten sollten Makler zum Anlass nehmen, den eigenen Geschäftsbetrieb zu professionalisieren. Sie erlauben ihm, alternative Geschäftsmodelle, zum Beispiel Honorarberatung, einzuführen. Diese sind notwendig, um betriebswirtschaftlich unabhängiger zu werden und Kunden zukunftsorientiert beraten zu können. Gleichzeitig sollten unterstützende Prozesse ausgegliedert werden. Dadurch erhalten Makler mehr Zeit für das Wesentliche: Kundenberatung und -betreuung. So können sie profitabel wachsen.

**Aus** meiner Sicht sind aus den Regulierungsinitiativen keine direkten Vertriebschancen abzuleiten. Ich sehe aber Reputationschancen für den Makler, weil die IDD ihn zwingt, seine eigene, wertvolle Dienstleistung transparenter darzulegen, und er den Anlegerschutzgedanken für sich ins Feld führen kann. In Einzelfällen wird sicher auch Neugeschäft durch Übernahme von Kunden „auskonsolidierter“ Kollegen erfolgen. Professionell aufgestellte Makler, die ihre Prozesse in der Dokumentation, der Beratung und im Datenmanagement im Griff und in hohem Maße digitalisiert haben, sind bereits heute gut auf die Herausforderungen der IDD vorbereitet.



Rolf Schünemann,  
Vorstandsvorsitzender der  
BCA AG

**Mit** fortschreitender Digitalisierung wandert immer mehr Finanz- und Versicherungsgeschäft ins Internet. Wer davor keine Angst hat, sondern zusätzliche Chancen im Onlinevertrieb zu nutzen weiß, wird auch in den kommenden Jahren profitabel wachsen. Finanzberater sollten innovative elektronische Werkzeuge von Spezialisten einsetzen – wie elektronische Versicherungsordner, Robo-Advisors und Homepagebaukästen –, um zu den Gewinnern der Digitalisierung zu gehören. Dies gilt für Provisions- und Honorarberater gleichermaßen.



Dr. Sebastian Grabmaier,  
Vorstandsvorsitzender der  
Jung, DMS & Cie.

Der Experte

IDD



Dr. Walter Hubel,  
Vorstand der con.fee AG

**Die** Chance sehe ich darin, dass nun alle Kunden in den Genuss einer ganzheitlichen, kundenorientierten Beratung kommen können und dass sie den Aufwand und Wert einer Beratung besser erkennen. Der schnelle Produktverkauf, der zu Falschberatung und zu einem schlechten Image der Branche führte, ist passé. Die aufwendigere Beratung in Verbindung mit sinkenden Provisionen sollte für Makler Anlass sein, in die Honorarberatung zu wechseln. Unabhängig davon sollte sich jeder Makler überlegen, seinen Beratungsprozess haftungs- und zukunftssicher umzustellen und eine Vermögens- und Risikoanalyse auf DIN-Niveau anzubieten. Für diesen wertvollen Kundenservice kann der Makler auch ein Honorar berechnen.

Wie sollten sich Versicherungsvermittler ausrichten, um neue Geschäftschancen nutzen und in den kommenden Jahren profitabel wachsen zu können?

**Kein** Faktor verändert sämtliche beruflichen und sozialen Bereiche in den nächsten Jahren so sehr wie die Technologie. Mobile Anwendungen mit künstlicher Intelligenz befriedigen zunehmend die Verbraucherbedürfnisse – teils sogar unmittelbar während deren Entstehens. Der Vertrieb hat sich schon immer als Bindeglied zwischen Produkthersteller und Konsument platziert. Um sich dies für die Zukunft zu bewahren, sollte der Vermittler für eine exzellente technische Ausstattung von Serviceanwendungen im unmittelbaren Lebensumfeld des Kunden sorgen.



Oliver Pradetto,  
Geschäftsführer blau  
direkt GmbH und Co. KG

**Kleine** Vermittlerbüros sollten sich auf wenige Zielgruppen oder Versicherungsschwerpunkte spezialisieren. Mit wachsender Digitalisierung der Angebots- und Antragsprozesse wird sich die Arbeit in Richtung Sachverständigentätigkeiten verändern. Verbraucher können die Preise für einfache Versicherungen online gut selbst vergleichen. Die korrekte Bewertung eines Gebäudes und der passende Versicherungsschutz dafür sind dagegen Sache von Profis.

Größere Unternehmen sollten ihre Bestandsführung digitalisieren und automatisieren, um den Markt spartenübergreifend mit einem guten Kosten-Nutzen-Verhältnis bedienen zu können. Speziell der Markt für die betriebliche Absicherung bietet bei der Automatisierung noch Potenzial. Dazu gehören digitale Arbeitgeberportale und Apps. Für Routineprozesse bei Personaländerungen dürften künftig sogar Robo-Berater zum Einsatz kommen.



Oliver Kieper,  
Vorstand der Netfonds AG

Expertenpool zur

D