



## FOKUS BRANCHEN-NETZWERK

# Fokus auf Partnerschaft mit Versicherungsmaklern gerade in Zeiten umfangreicher Regulierungen nötig

INTERVIEW MIT MAG. BIRGIT EDER (CEO ARAG SE, DIREKTION FÜR ÖSTERREICH), ING. THOMAS LACKNER (VORSITZENDER DES VORSTANDES DER HDI VERSICHERUNG AG), MAG. ERWIN MOLLNHubER (MITGLIED DER GESCHÄFTSFÜHRUNG, GARANTA VERSICHERUNGS-AG ÖSTERREICH) UND DIPL.-OEK. SVEN RABE (VORSTANDSVORSITZENDER VAV VERSICHERUNGS-AG)

*Was verbindet die Versicherer ARAG, GARANTA, HDI und VAV? Ganz klar – der ausschließliche Vertrieb über den ungebundenen Vertrieb. Auf dieses gemeinsame Thema ist bei diesen Anbietern das Hauptaugenmerk gerichtet. Besonders in Zeiten überbordender Regulierungen und gesetzlicher Vorgaben ist es den Maklerversicherern wichtig, die Vertriebspartner bestmöglich zu unterstützen und die Zusammenarbeit weiterzuentwickeln. Trotz der Tatsache, dass die Versicherer Mitbewerber sind, verbindet dieses Bekenntnis zum Maklervertrieb. Auch wenn das Produktangebot unterschiedlich ist, kann mit einem gemeinsamen Ziel vor allem, was Prozessoptimierung betrifft, vieles erreicht werden. Neben einfachen und klaren Produkten spielt zunehmend die IT-Thematik eine große Rolle. Das heißt, Schnittstellen zwischen Versicherer und Vertriebspartner sind bei Retail-Produkten die Zukunft und unumgänglich. Wir haben Vertreter der oben genannten Maklerversicherer zu aktuellen Themen den unabhängigen Vertrieb betreffend befragt.*

Die ARAG setzt als Rechtsschutzversicherer seit ihrem Markteintritt in Österreich 1976 auf den ungebundenen Vertrieb. Worin sehen Sie die wesentlichsten Benefits des Maklervertriebs – für die Kunden, die Vertriebspartner und Ihre Gesellschaft?

MAG. BIRGIT EDER: ARAG hat als vorrangige Vertriebs-schiene den ungebundenen Vertrieb. Ein partnerschaftlicher Umgang mit unseren Vertriebspartnern ist uns daher sehr wichtig. In einer gut funktionierenden Geschäftsbeziehung sollten beide Seiten profitieren. Nur so kann es langfristig funktionieren. Als Familienunternehmen haben wir uns intern Unternehmenswerte auferlegt, nach denen wir unser Handeln richten. Dazu gehört auch Fairness.

Rechtsschutz ist ein sehr komplexes Produkt. Hier sollte eine Risiko- und Bedarfsanalyse durch einen professionellen Vermittler erfolgen und diesbezüglich vertrauen wir ganz auf unsere Vertriebspartner. So ist sichergestellt, dass unsere Kunden bestens beraten werden. Unsere Vertriebspartner unterstützen wir dabei tatkräftig. Etwa mit einer Vielzahl an fachlichen Webina-

ren, technischen Erleichterungen wie dem ARAG Tarifrechner, Schnittstellen und mit unserem Vertriebsin-nendienst, der immer gerne bei der Erstellung von An-fragen unterstützt und Offerte berechnet.

Die HDI feiert heuer 40-Jahr-Jubiläum und hat sich in Österreich als Sachversicherer etabliert. Wie hat sich das Aufgabengebiet des ungebundenen Vertriebs in diesen vier Jahrzehnten verändert? Wie muss ein professioneller Versicherungsmakler im aktuellen Markt-umfeld aufgestellt sein?

ING. THOMAS LACKNER: Das Aufgabengebiet des ungebundenen Vertriebs hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert. Nicht nur die gesetzlichen Änderungen der letzten Jahre (DSGVO, IDD,...), sondern auch die Herausforderungen der vergangenen Zeit (z.B. Pandemie, Inflation und Krieg) haben die Arbeitsbedingungen verändert. Digitalisierung ist in allen Bereichen angekommen und muss aktiv in die tägliche Arbeit integriert werden, um langfristig am Markt agieren zu können. Um sich sowohl als Versicherung als auch als Versicherungsmak-



Mag. Birgit Eder



Ing. Thomas Lackner



Mag. Erwin Mollnhuber



Dipl.-Oek. [Sven Rabe](#)

ler:in vom Mitbewerb abzuheben, erwarten Versicherungsnehmer:innen eine umfassende, schnelle Servicierung und attraktive Zusatzangebote seitens der Versicherungsunternehmen wie z.B. Vorteile bei Partnerwerkstätten, rasche unbürokratische Hilfe im Schadenfall oder die Möglichkeit, Produkte individuell an die eigenen Bedürfnisse anzupassen, um bestmögliche Deckung entsprechend des eigenen Budgets zu erhalten. Somit muss auch der ungebundene Vertrieb vermehrt vergleichen und angepasst an die Bedürfnisse der Versicherungsnehmer:innen Produkte anbieten, die mit ihren Leistungen und Services überzeugen, zumal die Transparenz beim Produktvergleich durch Vergleichsplattformen wie durchblicker.at für Kund:innen nachvollziehbarer geworden ist.

**Die GARANTA hat sich in mehr als 30 Jahren als Spezialversicherer für das Kfz-Gewerbe in Österreich etabliert. Worin sehen Sie die wesentlichsten Vorteile einer Zielgruppen-Spezialisierung? Was braucht es von Maklerseite, um in einem klar definierten Segment wie der Kfz-Sparte erfolgreich zu agieren?**

MAG. ERWIN MOLLNHUBER: Es sind drei Gründe, die die GARANTA in der Kfz-Versicherung erfolgreich machen. Das ist zum einen, dass wir denken und handeln wie unsere Vertriebspartner. Das heißt, Versicherungslösungen anbieten, die dem Markt entsprechen und die gemeinsam mit dem Markt entwickelt werden. Unser zweites Asset ist, dass wir einen hohen Automatisierungsgrad in der Beratung, im Vertrieb und in der Schadenbearbeitung anbieten. Wir achten auf zweckmäßige und effiziente Prozesse, die unseren Beratern die Abwicklung erleichtern und ihnen ermöglichen, sich auf den Kunden zu konzentrieren. Und der dritte Punkt ist unsere hohe Serviceorientierung sowie die Unterstützung im Bereich der IDD in Form der Aus- und Weiterbildung über unsere Garanta-Akademie.

Ich denke, dass diese Leistungsangebote von all unseren Vertriebspartnern geschätzt werden, wobei wir unsere Tarife natürlich auf den jeweiligen Vertriebskanal abstimmen. Für Versicherungsmakler bedeutet das Kfz-Geschäft durch Servicetätigkeiten, wie die Zulassung oder die Schadenabwicklung, oft einen höheren Aufwand als das Geschäft in anderen Sparten. Aus diesem Grund wollen wir sie dahingehend unterstützen,

diesen Aufwand so gering wie möglich zu halten. Dies in Form von einfachen und klaren Produkten und sehr guter technischer Unterstützung.

**Die VAV spricht immer wieder offensiv das Provisions-thema an. Im Moment scheint das Thema wieder nach hinten gerückt zu sein, doch weiß man nie, ob das nicht auch eine Ruhe vor dem Sturm ist. Welche Folgen würde ein Provisionsverbot für die österreichische Versicherungsbranche nach sich ziehen – für die Versicherungsmakler, die Kunden und die Gesellschaften?**

DIPL.-OEK. [SVEN RABE](#): Die VAV hat eine klare Positionierung zu den Provisionen, die zum einen die Wettbewerbsfähigkeit der VAV im Maklermarkt sicherstellen und zum anderen strikt den Grenzen der IDD-Anforderungen zum Verhindern von vertrieblichen Fehlanreizen entsprechen. Die Provisionsvereinbarungen mit Vertriebspartnern sind daher klar und transparent formuliert und werden laufend intern überwacht. Die Provisionen stellen eine notwendige und angemessene Vergütung der Vertriebspartner sicher und finanzieren eine gute und qualitätsvolle Beratung und Betreuung der Kundinnen und Kunden in Österreich. Es wird oft in der Diskussion zur Angemessenheit von Provisionen vergessen, dass diese nicht nur die Beratung zum Abschluss honorieren, sondern auch die Beratungsleistungen während der gesamten Vertragslaufzeit umfassen und z.B. auch in der Betreuung in Schadenfällen einen großen Mehrwert auf der Kundenseite erbringen. Daher erscheint ein Provisionsverbot auch nicht zielführend im Sinne der Verbraucherinteressen. Die Diskussion zu diesem Thema ist auf europäischer Ebene in vollem Gange. In dem Anfang Mai von der EU-Kommission vorgelegten Entwurf zur Kleinanlegerstrategie wird erfreulicherweise kein generelles Provisionsverbot für Finanzprodukte vorgeschlagen. Angesichts der Formulierungen, die auf die unabhängige Beratung abzielen, können die Marktteilnehmer allerdings kaum davon ausgehen, dass ein Provisionsverbot vom Tisch ist. Die endgültigen Regelungen bleiben abzuwarten. Die VAV wird sich weiterhin entschlossen für die Offenheit der Vergütungssysteme einsetzen. Zielsetzung muss immer der Zugang von Kundinnen und Kunden zu guter Beratung und angemessenem Versicherungsschutz sein, der im gegenwärtigen System in Österreich vorbildlich vorhanden ist. •