

Das CHARTA-Qualitätsbarometer gehört zu den bekanntesten und profiliertesten Studien seiner Art.



© CHARTA Börse für Versicherungen AG

Seit 1997 befragt bundesweit jährlich 400 Versicherungsmakler nach ihrer Zufriedenheit mit der Durchführung der wichtigsten Geschäftsprozesse zwischen Versicherungsmakler und Versicherer. Am Ende steht als Ergebnis der Befragung fest, welche Versicherer die Anforderung der unabhängigen Vermittler am besten erfüllen.

Der CHARTA-Qualitätsindex ist die nach ihrer Bedeutung gewichtete Zusammenfassung der Einzeldisziplinen in eine finale Gesamtbewertung, für die – nach einem Punkteschlüssel – bis zu fünf Sterne vergeben werden. Die jeweils besten drei Versicherer in den Sparten Schadenversicherung, Krankenversicherung, Lebensversicherung und Rechtsschutzversicherung werden jährlich gesondert ausgezeichnet.

Die offizielle Übergabe des Awards haben die Vorstandsmitglieder CHARTAs, Lars Widany und Michael Franke genutzt, die "Väter des Erfolges" nach ihrem Erfolgsrezept zu befragen.

Das CHARTA-Qualitätsbarometer 2016 bestätigt Ihnen als Lebensversicherer einen hervorragenden Platz. Was ist Ihr Erfolgsmodell – was macht Sie als Versicherer attraktiver als Ihre Wettbewerber?

Markus Drews, Canada Life, 1. Platz, 72 Punkte, 4 Sterne:

Es ist das Gesamtpaket. Wir lassen uns nicht auf Produkte, Services oder bestimmte Technik reduzieren. Die Canada Life steht eigentlich schon immer für innovative und neue Produkte von morgen. Und Innovation muss nicht zwangsläufig bedeuten, ständig Dinge neu zu erfinden – es kann auch bedeuten, funktionierende Konzepte aus anderen Märkten nach Deutschland zu bringen. Als Leben-Spezialist mit dem ausschließlichen Absatzkanal Makler müssen wir einfach auf beiden Gebieten besonders gut sein.

Frank Kettner, ALTE LEIPZIGER, 2. Platz, 71 Punkte, 4 Sterne:

Wir wollen unsere Geschäftspartner nicht durch Aktionismus an uns binden, sondern durch Verlässlichkeit. Der Vermittler soll auch morgen davon überzeugt sein, dass es richtig war, uns angeboten zu haben. Dazu tragen im Wesentlichen drei Dinge bei: Hervorragende Produkte - Gerade erst haben wir zwei Preise für unseren ALfonds^{IAS} gewonnen, außerordentlich gute Bilanzkennzahlen und leidenschaftlicher Service mit kompetenter Unterstützung der Geschäftspartner.

Rainer M. Jacobus, IDEAL Lebensversicherung a. G., 3. Platz, 71 Punkte, 4 Sterne:

Und nicht nur die IDEAL als Unternehmen schneidet ausgezeichnet ab, auch viele unserer Produkte und Services erhielten bei zahlreichen Ratings Bestnoten. Wie auch schon in den zurückliegenden Jahren wachsen wir weiter gegen den Branchentrend und blicken auch zum Jahresende wieder auf ein sehr gutes Geschäftsjahr 2016 zurück. Und so kann ich mit Stolz verkünden, dass wir das beste Neugeschäftsergebnis in der Geschichte der IDEAL Leben erzielt haben. Dieser Erfolg kommt nicht von ungefähr. Wir bieten unseren Vertriebspartnern ein kleines, aber fein justiertes Produktportfolio. Insbesondere unsere Produktinnovation, die IDEAL UniversalLife wird sensationell gut vom Markt angenommen. Wir setzen konsequent auf Digitalisierung - gerade auch in der Kundenansprache - sowie auf Automatisierung von Prozessen. Doch genauso wichtig wie Neugeschäft, positive Bestandsentwicklung und Kostensenkung ist die Kapitalanlage. Last but not least - unser Assetmanagement macht einen hervorragenden Job. Nach wie vor sind wir stark im Immobilienmarkt engagiert, gehen aber beispielsweise bewusst breitgestreute Währungsrisiken bei festverzinslichen Papieren ein, um auch in der anhaltenden Niedrigzinsphase weiterhin akzeptable Kupons zu erzielen.



CHARTA:

Nach der Bewertung ist vor der Bewertung. Welche Strategie verfolgen Sie, um Ihren Abstand vor den Wettbewerbern zu sichern und weiter auszubauen?

Markus Drews:

Wir experimentieren nicht herum, sondern wir haben funktionierende Lösungen. Wir haben keine Altlasten und sind für den Makler nicht nur innovativ, sondern darüber hinaus auch verlässlich und konstant. Wir müssen unseren Kunden nicht irgendwelche Optionsmodelle oder andere Dinge erklären.

Frank Kettner:

Die Platzierung spornt uns an, auf Platz 1 vorzurücken. Wir liegen mit nur einem Punkt hinter unserem Mitbewerber und werden mit unseren neuen, hochflexiblen Produkten ab 2017 einen neuen Meilenstein in der Produktlandschaft setzen. Außerdem werden wir

mit den Themen Digitalisierung und Prozessverbesserung für unsere Vermittler punkten.

Rainer M. Jacobus:

Ich werde hier natürlich nicht aus dem Nähkästchen plaudern und verraten, ob wir mit einer Vierer- oder Dreierkette spielen. Doch so viel kann ich sagen: Wir sind weiter stark fokussiert auf die Themengebiete Automatisierung und Digitalisierung. Wichtig ist, sich immer wieder den Marktgegebenheiten anzupassen und dem Kunden maßgeschneiderte, flexible Versicherungslösungen anzubieten. Mit der Entwicklung der IDEAL UniversalLife gehen wir konsequent digitale Wege und bewegen uns damit im Kommunikationsraum der medienaffinen und kaufkräftigen Generation Y. Für uns ist die Universal Life damit die Produktplattform der Zukunft, die wir mit weiteren Angeboten ausbauen werden.

Mittelständische Versicherungsmakler stehen heute für den überwiegenden Teil des Maklergeschäftes am deutschen Maklermarkt. Wie sehen Sie die Zukunft dieses Marktsegmentes? Bereiten Sie sich intern auf Veränderungen in den Vermittlerstrukturen vor und ggf. wie?

Markus Drews:

Wir bekommen derzeit erfreulich viel Rückenwind aus dem Maklermarkt, auf den wir auch künftig setzen. Der Druck auf den Vermittler wird durch den Gesetzgeber aber auch die Versicherungswirtschaft sicher zunehmen. Auffangen lässt sich das für den Makler vor allem mit qualifizierter Beratung und durch effizientere Prozesse. Wir unterstützen hier auch künftig unsere Geschäftspartner z. B. durch hochwertige Fortbildungsangebote oder auch pfiffige Softwarelösungen, vor allem aber indem wir unseren Partnern und deren Kunden verlässliche und funktionierende erstklassige Produktlösungen an die Hand geben.



Frank Kettner:

Qualität schlägt Masse. Gut ausgebildete Versicherungsmakler werden sich auf Dauer durchsetzen und ich erwarte, dass gut geführte mittelständische Versicherungsmakler trotz gesetzlich vorgeschriebener Änderungen, z.B. durch IDD, in Zukunft ein wesentlicher Bestandteil der Vertriebslandschaft bleiben werden. Denn die deutsche Wirtschaft boomt und der Bedarf an Vorsorge ist höher denn je. Somit kann der qualifizierte Berater auch höhere Durchschnittssummen vermitteln.

Um auf die Bedürfnisse der jungen Generation vorbereitet zu sein, entwickeln wir zurzeit Konzepte, wie diese mit uns und unseren Beratern in Kontakt treten können. Letztendlich entscheidet der Kunde, wie, wann und über welche Kanäle er mit uns in Kontakt treten möchte. Ich gehe aber davon aus, dass die qualifizierte Beratung zur Vorsorge auch in Zukunft überwiegend durch Berater erfolgen

wird.

Rainer M. Jacobus:

Angesichts der forcierten Regulierung des Versicherungsvertriebes durch die IDD und der voranschreitenden Digitalisierung stehen die Versicherungsmakler vor gewaltigen Herausforderungen. Einzelkämpfer werden es da sehr schwer haben. Gleichzeitig bin ich davon

überzeugt, dass es trotz Google, Vergleichsportalen und Fintechs weiterhin Bedarf an der Beratung und Vermittlung von passenden Versicherungsprodukten gibt. Der reine Preisvergleicher unter den Maklern, der sich nur über das „billigste“ Angebot definiert, wird keine Chance haben. Der unabhängige Vermittler von morgen wird den Wert seiner Beratung hervorheben und sich auf die Geschäftsfelder spezialisieren, in denen es ohne fachliche Expertise nicht geht. Ich denke da zum Beispiel an Themen wie die betriebliche Altersvorsorge, die komplizierte Absicherung von biometrischen Risiken oder so anspruchsvolle Produkte wie eine Universal Life.

CHARTA:

Die Lebensversicherung erlebt derzeit ja nicht gerade ihre besten Zeiten. Wie sehen Sie die Zukunft des Geschäftszweigs und wie gestalten wir dieses Segment künftig wieder attraktiver?

Markus Drews:

Ich glaube, gemeinsam mit vielen Verbrauchern, dass wir einfacher werden müssen. Die Produktlandschaft ist erklärungsbedürftig und zu kompliziert. Unsere Branche kann am allerbesten in Deutschland Altersvorsorge organisieren. Deutschland ist ein sehr stabiles Land mit Leuten, die nach wie vor sparen, auch in Versicherungen. Wir müssen uns mit dem Geld für die nächsten Jahrzehnte in Deutschland fit machen.

Frank Kettner:

Die starke Regulierung durch den Gesetzgeber und die Niedrigzinsphase machen es nicht gerade leicht für uns. Dennoch konnten wir in den vergangenen Jahren entgegen dem Markttrend und trotz schwieriger Bedingungen einen enormen Beitrags-Zuwachs verbuchen.

Wir leben in immer kürzeren Produktzyklen und passen laufend unsere Produkte an die Rahmenbedingungen an. Wenn die Bedingungen keine reinen klassischen Produkte mehr zulassen, dann reagieren wir entsprechend darauf. Genau das ist es, was wir mit unserer „modernen Klassik“ ab 2017 tun werden. Leider darf ich Ihnen heute nicht mehr verraten. Seien Sie gespannt!

Rainer M. Jacobus:

Die Konsequenzen der Niedrigzinspolitik, deren Ende nicht absehbar ist, und die europäischen Regulierungsvorschriften setzen den Lebensversicherungsmarkt weiter unter Druck. Der Höchstrechnungszins wird von 1,25 auf 0,9 Prozent gesenkt, und die Produkte werden teurer. Für das Leben-Neugeschäft bedeutet das höhere Beiträge. Einige Mitbewerber haben sich bereits von klassischen Produkten verabschiedet. Die IDEAL sieht trotz allem weiter gute Marktchancen, schließlich ist nicht nur der Garantiezins ausschlaggebend für die Attraktivität einer Lebensversicherung. Kunden von heute wünschen sich neben der Ertragskomponente vor allem hohe Flexibilität in der Altersvorsorge. Ebenso wichtig sind niedrigere Abschlusskosten und ein hohes Maß an digitaler Transparenz. Unter diesen Vorzeichen sehen wir also gute Chancen für die Lebensversicherung.

CHARTA:

Ihr Unternehmen in einem Satz auf den Punkt gebracht!

Markus Drews:

Wir verfolgen ein Gesamtkonzept. Wir funktionieren als Gesamtkonzept und haben ein Gefühl für die Produkte und die Services. Aber auch wir als Unternehmen mit der Unternehmensqualität und unsere Mitarbeiter liefern ein Gesamtpaket ab, um erfolgreich am Markt zu sein.

Frank Kettner:

Hierzu könnte man sehr viel sagen. Ich versuche es mit einem Satz. „Durch die Adern der ALTE LEIPZIGER fließt die Leidenschaft der Mitarbeiter.“

Rainer M. Jacobus:

Voll im digitalen Zeitalter angekommen, liefert die IDEAL mit schlanken Strukturen und starker Innovationskraft zeitgemäße Versicherungslösungen für jede Lebenssituation. Wir sind Insuretec!

Pressekontakt:

Isabella Kohlhaas

Telefon: 0211 / 86439-14

E-Mail: kohlhaas@charta.de

Unternehmen

CHARTA Börse für Versicherungen AG

Schirmerstraße 71

40211 Düsseldorf

Internet: www.charta.de