

[Artikel drucken](#)

Klicken Sie bitte [hier](#), um diese Seite jetzt auszudrucken.

Günstig 4 Wochen testen und Geschenk sichern - das Handelsblatt Probeabo

Abo-Service Handelsblatt Tel.: 0180.2 782 782 (0,06 € pro Anruf)

Unternehmen > Banken + Versicherungen

HANDELSBLATT, Freitag, 23. September 2005, 10:04 Uhr

Bundesverband der Versicherungskaufleute beklagt schwindenden Einfluss seiner Mitglieder

Vertriebler kritisieren Umbau der Allianz

Von Caspar Dohmen, Handelsblatt

Die von einigen Versicherern betriebene Ausgliederung ihrer Vertriebsorganisationen verunsichert deren selbstständige Außendienstler. „Die Geschäftsgrundlage zwischen Versicherern und Vermittlern wird unterhöhlt“, warnt Michael Heinz, Präsident des Bundesverbandes der Versicherungskaufleute (BVK), gegenüber dem Handelsblatt. Dahinter vermutet er ein Kalkül globaler Anbieter wie Allianz, Axa oder Zürich. „Durch den Umbau der Vertriebe wollen sie den Einfluss der Vermittler schwächen“, sagt er.



Die neue Struktur der Allianz.

HB DÜSSELDORF. So könne die Assekuranz die Daumenschrauben weiter anziehen und die Anforderungen an die Vermittler erhöhen oder die Provisionen senken. Die Vermittler könnten sich kaum wehren, kritisiert Heinz.

Derzeit gibt es große Veränderungen im Versicherungsbetrieb. So will der Allianz-Konzern fast den gesamten Vertrieb in Deutschland in einer Gesellschaft bündeln und von den operativen Versicherern trennen (siehe Grafik). Bisher haben die 10 500 Allianz-Vertreter Agenturverträge mit der Allianz-Versicherung oder anderen operativen Gesellschaften wie der Lebens- oder Krankenversicherung. Schon länger hegte die Axa Deutschland ähnliche Vertriebspläne. Die Kölner könnten bereits Mitte 2006 mit einer ausgegliederten Vertriebsgesellschaft starten. Das Ziel dürfte dort auch die Öffnung der Vertriebe für Angebote anderer Anbieter sein. Alle Versicherer wollen mit dem Umbau der Vertriebe vor allem klare Strukturen schaffen – eine Einschränkung der Vertretermacht gehört nicht zu den offiziell geäußerten Zielen.

Bisher bildet die traditionell enge Verzahnung von Versicherung und Vertrieb den Kern des Geschäftsmodells der Versicherer. Dazu gehört, dass die Vertreter in der Regel nur die Verträge einer einzigen Gesellschaft verkaufen. In Deutschland verkaufen diese „Ausschließlichkeitsvermittler“ gut drei Viertel der Schaden- und Unfallpolicen und mehr als jede zweite Lebensversicherung. In anderen europäischen Ländern spielen andere Kanäle eine größere Rolle, etwa in Frankreich der Bankenvertrieb für Vorsorgeprodukte oder in England der Direktvertrieb für KFZ-Versicherungen.

Diese Vertriebssituation ist auf Deutschland aber nicht eins zu eins

übertragbar. „Zur Ausschließlichkeit sehe ich nach wie vor in Deutschland keine Alternative“, sagt Ferdinand Graf Wolff Metternich, Berater bei Mercer Oliver Wyman. Richtige Veränderungen wie die Bildung von Profitcentern im Vertrieb sollten deshalb umgesetzt werden, ohne diesen Vertriebskanal zu zerstören. Veränderungen sollten aber behutsam erfolgen.

Vor allem der Name Axa fällt in der Branche, wenn es um ruppige Maßnahmen im Vertrieb geht. „Die Axa schaltet alle Länder gleich“, kritisiert auch Heinz. Sie interessiere sich nicht für Besonderheiten des deutschen Vertriebs. Besonders erfolgreich war die Strategie bisher nicht. Die Vertriebsschwäche gilt als Grund für den kürzlichen Abgang von Vorstandschef Claus-Michael Dill. Er hatte versucht, die traditionelle „Ausschließlichkeit“ der Vertreter zu überwinden. Alternative Vertriebsformen wie der Verkauf von Policen über den Kaffeeröster Tchibo scheiterten jedoch.

Fehler sieht BVK-Präsident Heinz auch bei anderen Gesellschaften. Gesellschaften wie die Zürich setzten durch ihre Provisionssysteme falsche Anreize: Eine Spezialisierung des Vertreters beispielsweise auf das Lebensversicherungsgeschäft lohne sich kaum noch. Überfrachtet würden die Vertreter auch durch fremde Aufgaben wie den Verkauf von Tankkarten bei der Allianz. Gleichzeitig setzten die Gesellschaften ihnen mit billigen Internettarifen zu. Immer weniger Versicherer böten den Vermittlern gute Arbeitsbedingungen, sagt Heinz. Zunehmend gerieten die Vermittler deshalb auch in wirtschaftliche Schwierigkeiten. „Wer Sicherheit verkauft, der sollte aber auch sicher sein“, sagt Heinz.

Klare Verhältnisse

Europa-Gesellschaft: An der Spitze des Allianz-Konzerns steht künftig eine Aktiengesellschaft nach europäischem Recht. Sie entsteht aus der Fusion der heutigen Allianz-Holding mit der italienischen RAS. Die Vorstände haben jeweils die Zuständigkeit für eine Region wie auch für einen Geschäfts- oder Zentralbereich.

Länder und Funktionen: Eine Ebene tiefer liegen die Gesellschaften, in denen das Geschäft der einzelnen Länder gebündelt ist. Darunter folgt jeweils die Aufteilung nach Geschäftsbereichen.

Vertrieb: Auch in Deutschland ist künftig der Vertrieb von den einzelnen Geschäftsbereichen abgetrennt und rein nach regionalen Gesichtspunkten strukturiert.

Nutzungshinweise:

Die in Handelsblatt.com veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen sind mit größter Sorgfalt recherchiert. Nachrichten und Artikel beruhen teilweise auf Meldungen der Nachrichtenagenturen AP, AFP, ddpADN, dpa, sid, Reuters, und vwd. Dennoch können weder die Verlagsgruppe Handelsblatt noch deren Lieferanten für die Richtigkeit eine Gewähr übernehmen. Das Handelsblatt weist ausdrücklich darauf hin, dass die veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder Rechten darstellen. Sie

ersetzen auch nicht eine fachliche Beratung. Die Verlagsgruppe Handelsblatt versichert zudem, dass persönliche Kundendaten mit grösster Sorgfalt behandelt und nicht ohne Zustimmung der Betroffenen an Dritte weitergegeben werden. Alle Rechte vorbehalten.

Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung des Verlages ist untersagt.

All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.

[schließen](#)