

GoNews

Exklusive Zeitung der Gothaer für ihre Vertriebspartner

Top-Themen

GEWERBEPROTECT

Jetzt auch bei Thinksurance vertreten

Seite 5



MEDICLINIC S

Günstige Lösung für junge Leute

Seite 7

TECHNIK

Mehr Qualität durch digitalen Key Account

Seite 11

Außerdem

PRODUKT NEWS

Absicherung für E-Scooter.....	4
GoValor – ein echtes Schmuckstück.....	4
Gothaer Hausrat „Produkt des Monats“.....	4
Neue Safe IT-Police	5
SBU: Top-Produkt mit Top-Prozessen	6
Optimierungen in der betrieblichen AV ...	6
Digitaler Vertriebsassistent „Alexa“	7

SERVICES / MEHRWERT

Report: Fachkräftemangel bei Maklern ...	8
Neu: Beratung per Videochat	9
Fördermittel sichern für Weiterbildung..	10
Unterschätztes Risiko Akkuschaaden	11
Report: Schutz vor Cyber-Attacken	12
Tipps & Termine	12

eGoNews: Maklerzeitung für die Hosentasche

Eine elektronische Zeitung zum Mitnehmen: Die GoNews gibt es auch als App für Smartphones oder Tablets. Sie bietet zusätzliche Tools und ist so das ideale Pendant zur Printversion.



Hier QR-Code scannen
und einfach die App
„GoNews“ downloaden.



INSURTECHS

Der Lemonade-Angriff aus Amerika – saure Zitrone für die Versicherungsbranche?

Braucht das Thema „Versicherungen“ einen neuen Anstrich? Das US-Start-up Lemonade glaubt, damit den Markt zu erobern. Experten halten die Konkurrenz für wenig bedrohlich.

Was denn jetzt? „Kooperation statt Konfrontation“? Oder doch wieder „Kampfansage“? Spätestens seit dem Markteintritt des US-Insurtechs Lemonade fachsimpelt die Presse wieder einmal darüber, inwieweit die „jungen Wilden“ die Versicherungsbranche durcheinanderwirbeln – und was das alles für die etablierten Player wie Versicherungsunternehmen und Vermittler zu bedeuten hat.

Fachleuten wie Hermann Hübner jagt die neue Konkurrenz weder Freuden noch Angstschauer über den Rücken.

Schon vor Wochen filetierte der Vorstandsvorsitzende der Versicherungsmakler Genossenschaft (VEMA) die Lemonade-Police öffentlich. Ganz einfach, indem er tat, was gute Makler tun: Hübner hat das Angebot genau unter die Lupe genommen – und dabei signifikante Deckungslücken entdeckt.

Vielleicht ist das der beste Beweis dafür, dass unabhängige Vermittler auch in Zeiten der Digitalisierung noch lange nicht ausgedient haben. Denn wer sich wie Makler als Sachwalter des Kunden versteht, der achtet außer auf eine

zuckersüße Antragsstrecke eben vor allem auf die inneren Werte (lesen Sie bitte auch den Bericht auf Seite 2 und 3).

Deshalb liegt die größte Gefahr nicht in der digitalen Konkurrenz, sondern in der Demografie: Die Maklerschaft überaltert. Auf Seite 9 gibt's Tipps und Anregungen, wie Makler Nachfolger rekrutieren können. Klar, dass die Digitalisierung dabei wieder eine Rolle spielen wird. Aber nicht nur: Was, wenn die Zukunft des Versicherungsvertriebs gar nicht digital ist? Sondern weiblich?

EDITORIAL

Lieber Vertriebspartner,

lassen Sie mich einmal provokativ fragen: Stirbt unser Beruf aus? Erstmals sank die Zahl der Versicherungsvermittler in Deutschland in diesem Jahr auf unter 200.000. Ein nicht ganz kleiner Teil von Ihnen befindet sich darüber hinaus auf der Zielgeraden seiner Karriere. Es ist also eindeutig, dass der Fachkräftemangel nicht nur Technologie-Unternehmen betrifft, sondern auch unsere Branche.

Was tun? Auf den Seiten 8 und 9 dieser GoNews lesen Sie nicht nur eine Analyse der Lage, sondern auch Antworten auf Fragen wie diese: Wie kann die Branche in der heutigen Zeit Jugendliche begeistern? Wie muss sich der Vertrieb verändern? Und warum sind so wenig Frauen bereit, diesen Beruf zu ergreifen?

Eines steht für mich über allem: Auch in Zeiten der Digitalisierung ist der kompetente Berater unverzichtbar – und digitale Fortschritte in erster Linie dazu da, ihn bei seiner Arbeit zu unterstützen.

Auch in dieser Ausgabe der GoNews finden Sie Neuigkeiten aus der virtuellen Welt. So startet die Gothaer ein Pilotprojekt, sogenannte Sprachbots wie „Alexa“ für die Beratung zu nutzen. Für die Hausrat-Police bieten wir ein Tool an, mit dem Ihre Kunden mithilfe einer VR-Brille Schadenquellen live „erleben“ können. Und in der betrieblichen Altersvorsorge ist mit dem Self Service der nächste Schritt zum papierlosen Büro getan.

Übrigens: Wenn Sie für 2019 noch in Sachen Weiterbildung aktiv werden wollen, sagen wir Ihnen, wie Sie dafür Fördergelder bekommen (S. 10).

Viel Spaß beim Lesen.

Ihr

Ulrich Neumann, Leiter Partnervertrieb



GOTHAER PRÄSENTIERT NEUE PRODUKTE

DKM: Alexa-Skill beantwortet Fragen zur bKV

Beim wichtigsten Branchentreffen des Jahres ist die Gothaer wieder mit einem vielseitigen Programm dabei. Mit Vorträgen beim Kongress, einem Workshop zu modernen Gesundheitsdienstleistern und Aktionen am Stand.

Die DKM ist das Branchentreffen des Jahres für Versicherer und Vertriebspartner. Im Vorjahr zählte die Messe gut 17.000 Teilnehmer. Die Gothaer war einer von 327 Ausstellern – und ist auch vom 22. bis 24. Oktober wieder mit einem Stand vertreten. Im Gepäck hat sie neue Produkte und Services und wird sich mit Vorträgen und Workshops am Messeprogramm beteiligen.

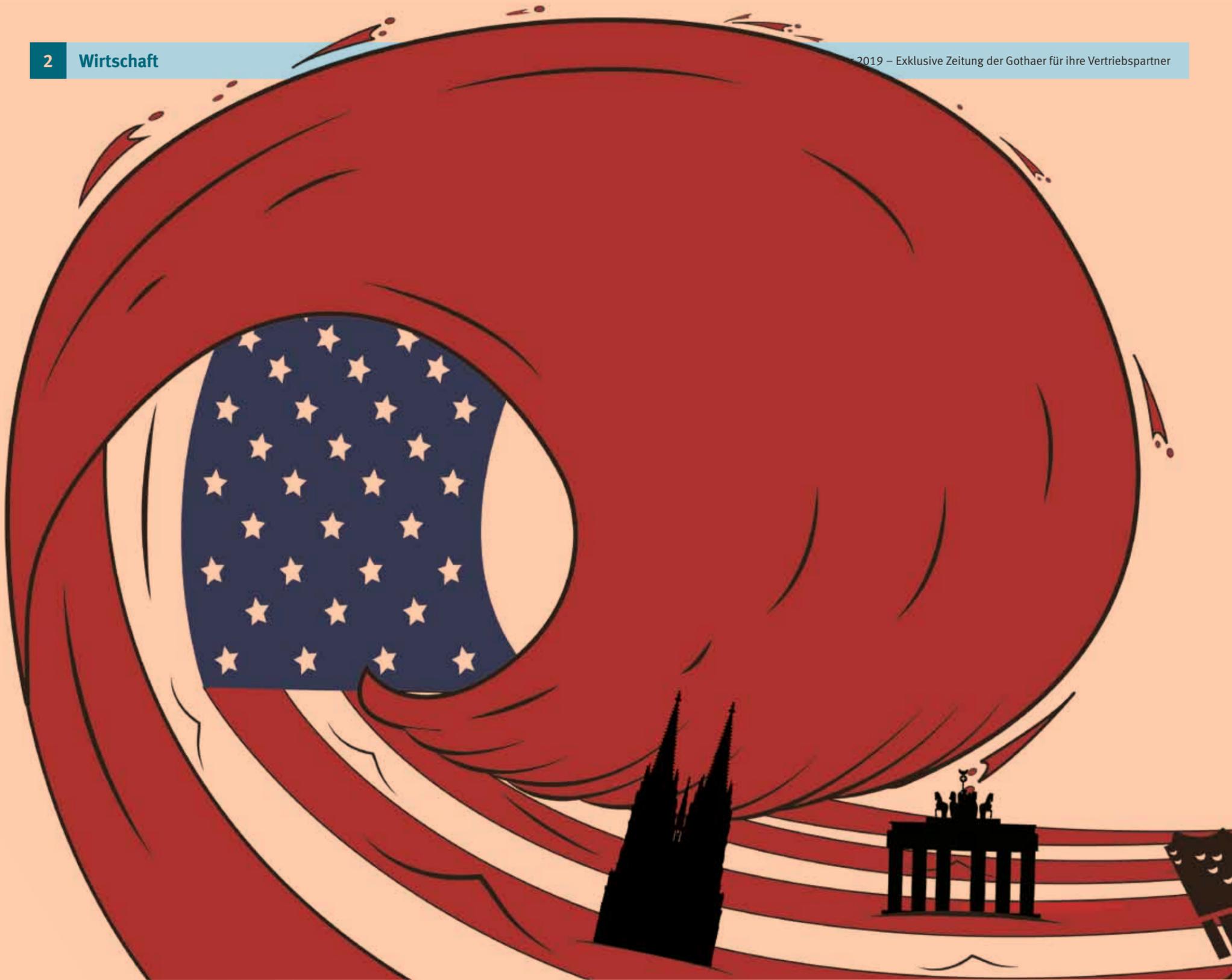
Am Stand liegt der Fokus auf dem neuen Krankenhaus-Tarif MediClinic S sowie der Zahnzusatzversicherung MediZ Duo. Auch werden die Gothaer GewerbeProtect, die Berufsunfähigkeitsversicherung, die Arbeitskraftabsicherung (AKS) und die Gothaer Index Protect präsentiert. An den Kongressen beteiligen sich die Gothaer Experten mit Vorträgen zu den Themen „Gewerbeversicherungen“, „Gesundheitsvorsorge“, „Altersvorsorge“

sowie „AKS: Grundfähigkeit & BU“. Darüber hinaus wird es einen Workshop mit dem Titel „Neue Horizonte“ geben. Darin geht es um die strategische Ausrichtung der Gothaer Kranken vom reinen Kostenerstatter hin zum Gesundheitsdienstleister.

Außerdem präsentiert die Gothaer (Halle 4, Platz C09) eine besondere Aktion: Sie stellt ihr neues Projekt „Alexa-Skill zur bKV“ (siehe auch Seite 7) vor.



Treffpunkt auf der DKM: der Stand der Gothaer.



INSURTECHS

Die amerikanische Welle – wie stark sind Lemonade & Co.?

Kampfansage aus den USA: Mit Lemonade hat im Sommer eines der am besten finanzierten amerikanischen Versicherungs-Start-ups den Sprung über den großen Teich gewagt. Entsteht durch den neuen Player ein ernsthafter Konkurrent für die etablierten Versicherer – und für Makler?

Wer verstehen möchte, wie das Team um Lemonade-Gründer Daniel Schreiber tickt, für den lohnt sich ein kleiner Exkurs in die amerikanische Landeskunde. Im Land der unbegrenzten Möglichkeiten läuft der Erstkontakt mit der Marktwirtschaft nämlich erstaunlich oft gleich ab. Mütter ziehen los und kaufen Zitronen, die wiederum von den Kindern ausgepresst und – gemischt mit Zucker, Wasser und Eiswürfeln – in mehr oder weniger wohlschmeckende Limonade verwandelt werden. Das Ganze wird dann auf einem kleinen Tisch vorm Haus an die Nachbarn verkauft. Wichtigster Lerninhalt: Der Nachwuchs macht aus etwas Saurem etwas Süßes – und verdient sogar noch Geld dabei. Die Erinnerung an diese glücklichen Kindheitserlebnisse schwingt für viele Amerikaner beim Wort „Lemonade“ mit und sorgt für ein wohliges Gefühl – und Einkaufsstimmung.



Zugegeben: Die Sales-Story stimmt also schon einmal – und lässt in puncto kreativer Namensgebung die deutsche Insurtech-Konkurrenz von Friendsurance, Getsurance, Thinksurance, Simpleurance und Co. locker hinter sich. Aber reicht das? Braucht das Thema „Versicherung“ einfach nur einen attraktiveren Anstrich? „Ob man es nun langweilig findet oder nicht: Bei Versicherung geht es immer noch vor allem um die Qualität der Absicherung“, erklärt Hermann Hübner.

Bei den jungen Wilden sollte man ganz genau hinsehen

Als einer der Ersten riet der Vorstandsvorsitzende der Versicherungsmakler Genossenschaft (VEMA) deshalb bereits im Sommer, auch bei den jungen Wilden genau hinzusehen, wenn es um die Qualität der Produktversicherungen und somit letztlich

des Versicherungsschutzes geht. „Und da muss man beim derzeitigen Angebot von Lemonade schon sagen, dass der Schutz ganz deutlich unter dem liegt, was in Deutschland als marktüblich bezeichnet werden darf.“ Auch die Stiftung Warentest hat sich Lemonades Police genauer angeschaut – und kommt ebenfalls zu einem ernüchternden Ergebnis. Lemonade bietet zwar günstigen Schutz, doch weder der Hausrat- noch der Haftpflichtschutz erfüllen die Mindestanforderungen, die die Stiftung Warentest an einen guten Versicherungsschutz stellt.

Neben Lemonade setzen auch einige digitale Vollversicherer „Made in Germany“ inzwischen auf eine eigene BaFin-Lizenz. Wie steht es um die neue Konkurrenz? Graben die Direktvertriebsmodelle den unabhängigen Vermittlern das Wasser ab? Und was ist mit Anbietern wie Neodigital,

die auf die Zusammenarbeit mit Maklern setzen? „Wir sehen uns das genau an“, sagt Hübner. „Technisch gut aufgestellte Anbieter wie Neodigital können als Produktgeber durchaus interessant sein.“ An der Kundenschnittstelle sieht sich Hübner allerdings nicht unter größerem Druck, seit die Insurtechs auf den Markt schwappen. „Aus unserer Sicht ist und bleibt die größte Konkurrenz für den Makler immer noch der Makler von nebenan.“ Hinzu kämen weiterhin eher die Ausschließlichkeitsvertreter, Bankenvertriebe und im Kfz-Geschäft die Autohäuser. „Erst dann kommt Check24“, sagt Hübner. Der Hype um die Insurtechs stehe also in keinem Verhältnis zu ihrem bisherigen Markterfolg.

Hübners Einschätzung deckt sich mit den nackten Zahlen: So sieht der

GDV in seiner Vertriebswegestatistik 2018 weiterhin den stationären Vertrieb mit klarem Abstand vorne. Makler und Ausschließlichkeitsvertreter kommen demnach gemeinsam auf mehr als 75 Prozent des Neugeschäfts. Es folgen mit einigem Abstand die Kreditinstitute mit weniger als einem Fünftel Anteil am Neugeschäft. Der reine Direktvertrieb landet – je nach Berechnungsmethode – zwischen zwei und drei Prozent.

Nur 24 Prozent der Makler wollen Insurtech-Kooperation

Auch Markus Kruse, Geschäftsführer von Assekurata Solutions, kann das bestätigen: „Unsere Untersuchungen zeigen ganz klar: Das Gros der Versicherungsabschlüsse erfolgt immer noch direkt bei den Vermittlern, die insbesondere vom ROPO-Effekt profitieren. Research online, purchase offline – Makler erleben ständig, dass



VEMA-Chef
Hermann Hübner

Was kommt da aus den USA auf den deutschen Versicherungsmarkt zu? Eine bedrohliche Welle – oder doch nur ein laues Lüftchen?

INTERVIEW

„Wir spezialisieren uns auf das Zuliefern von voll-digitalen Versicherungsprodukten“

Zukunftsexperte und Produktentwickler Dr. Christian Macht über den Angriff von neuen Marktteilnehmern wie Lemonade, die Gemeinsamkeiten von Kfz- und Versicherungsbranche und Entwicklungen im künftigen Angebot der Versicherer für Makler.

GoNews: Herr Dr. Macht, der Markteintritt des US-Insurtechs Lemonade hat medial große Aufmerksamkeit gefunden. Macht Sie das ein bisschen neidisch?

Dr. Christian Macht: Als White-Label-Anbieter, also als Zulieferer, müssen wir uns zum Glück nicht an der medialen Aufmerksamkeit messen lassen – so gesehen, kein Neid unsererseits. Dennoch ist dieser Markteintritt für uns interessant. Er ist ein weiteres Zeichen dafür, dass die Digitalisierung der deutschen Versicherungsbranche in vollem Gange ist.

GoNews: Zulieferer – das ist sonst eher ein Begriff aus der Automobil-Industrie.

Macht: Absolut, besonders in der Kfz-Industrie ist der Begriff und das dahinterstehende Konzept etabliert. Sicherlich ist nicht alles aus der Auto-Branche nachahmenswert, aber mit welchem Erfolg sie effektive Wertschöpfungsketten aufgebaut hat, kann ein Vorbild sein – gerade auch in der Assekuranz.

Fokussieren sich, wie in der Automobil-Industrie, verschiedene Marktteilnehmer auf ihre Spezialisierung und findet eine nahtlose Zusammenarbeit statt, eröffnen sich ganz neue Potenziale. Und das ist unser Ansatz:

Wir spezialisieren uns auf einen Teil der Versicherungs-Wertschöpfungskette, nämlich auf das Zuliefern von voll-digitalen Versicherungsprodukten, inklusive der Risikoübernahme. Nicht jeder Versicherer hat zum Beispiel die Kapazitäten und das Know-how, um sich komplett zu digitalisieren, ist aber beispielsweise sehr gut in Kundenakquise und -service. Durch uns ist er nun in der Lage, seinen Kunden zeitgemäße und passgenaue Versicherungslösungen zu bieten.

GoNews: Nun würde in der Automobil-Industrie niemand auf die Idee kommen, dass er das Auto neu erfunden oder digitalisiert hat – nur weil der Kunde es jetzt online kaufen kann.

Macht: Ich glaube, es geht auch nicht unbedingt darum, etwas neu zu erfinden. Was aber durch die Digitalisierung möglich ist: Manches kann deutlich verbessert werden. Und das

Verbessern setzt bei uns gerade eben nicht beim Vertrieb an – wir sind der Überzeugung, dass die etablierte Versicherungsindustrie hier die Expertin ist! Die Industrie hat über Jahrzehnte funktionierende Vertriebskanäle entwickelt. Der Versicherungsvertrieb kennt seine Kunden, die Kunden kennen und vertrauen ihm. Er weiß, wie er die Kunden erreichen und

oder Surfbrett: Die meisten Insurtechs fokussieren sich auf altbewährte Produktsegmente.

„Das große Potenzial sehen wir im maßgenauen Zuschnitt des Versicherungsproduktes“
...über die Entwicklung von Produkten

Potenzial sehen wir im maßgenauen Zuschnitt des Versicherungsprodukts – und das eben nicht nur in Hausrat und Haftpflicht, sondern auch in anderen Produktparten. Beispielsweise bieten wir eine Flugverspätungspolice und Garantieverlängerungen für Gebrauchtwagen an, seit kurzem eine parametrische Wetterversicherung, um nur einige unserer kundenzentrierten Produkte zu nennen.

GoNews: Unabhängig von den Produkten: Was muss ein Makler machen, der sich zukunftsfest aufstellen will?

Macht: Ich bin nicht der Spezialist für den Maklerbereich. Grundsätzlich bin ich mir aber sicher, dass sich die Digitalisierung auch in diesem Bereich nicht aufhalten lassen wird. Die Ansprüche des Kunden werden sich verändern, besonders in Richtung personalisierter Lösungen.

Generell rate ich das, was ich in vielen Bereichen beobachte – sich die eigene Kernkompetenz vor Augen zu führen und auszubauen, ist in den meisten Fällen erfolgreich. Wenn Sie zum Beispiel sehr gut im Kundenservice sind, bauen Sie das aus. Und in den

anderen Bereichen: Suchen Sie sich kompetente Partner, öffnen Sie Ihre Wertschöpfungskette.

Zur Person

Dr. Christian Macht ist Vorstandsvorsitzender der ELEMENT Insurance AG. ELEMENT ist eine White-Label-Produktfabrik für Versicherungen mit Fokus auf die B2B2X-Wertschöpfungskette (Business-to-Business-to-Customer) und hält eine Lizenz der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht als Erstversicherer für SHU.



ELEMENT-Vorstand Dr. Christian Macht.

für neue Produkte begeistern kann und das muss gar nicht alles online erfolgen, manches kauft sich dann doch mit einem besseren Gefühl im persönlichen Gespräch.

Daher ist unser Ansatz ein anderer: Wir fokussieren uns nicht auf den Vertrieb, sondern darauf, dass die Produkte von Anfang an digital sind. Das bringt viele Vorteile mit sich: unkomplizierter Abschluss, keine Excel-Dateien für den Datenaustausch, einfaches Management, effizientere Bestandsverwaltung und Schadenbearbeitung. Und deutlich schneller auf dem Markt und viel genauer auf die Ansprüche der Zielgruppen zugeschnitten.

GoNews: Hausrat, Haftpflicht, hier und da eine Extrapolice fürs Fahrrad

„Ich bin sicher, dass sich die Digitalisierung auch in diesem Bereich nicht aufhalten lassen wird.“
...über die Zukunft der Maklerbranche

„Es geht nicht darum, etwas neu zu erfinden. Aber manches kann deutlich verbessert werden.“
...über den Nutzen der Digitalisierung

Kunden sich zwar vorab im Internet schlau gemacht haben, dann aber doch auf Nummer sicher gehen und auf die Kompetenz und das Vertrauensverhältnis zum Vermittler vor Ort setzen.“

Nicht nur der Erfolg beim Endkunden hält sich für die Insurtechs bisher

in Grenzen. Auch die Makler selbst zeigen sich – genau wie die etablierten Versicherer – bisher eher verhalten und sind kaum an einer Zusammenarbeit interessiert. So sehen laut Branchenkompass Insurance 2019 der Unternehmensberatung Sopra Steria Consulting rund 60 Prozent der Branchen-Entscheider in Deutschland keinen großen strategischen Nutzen darin, mit Insurtechs zusammenzuarbeiten. Im Vermittlerlager ist die Skepsis sogar noch größer: Nur 24 Prozent der befragten Makler streben eine Insurtech-Kooperation an. Sie bevorzugen lieber Geschäftsbeziehungen, die sie über Jahre hinweg aufgebaut haben. „Makler wissen, was sie an der Zusammenarbeit mit den bewährten Partnern haben. Sie werden nicht sofort auf das nächstbeste Pferd setzen“, so Christian Diemaier von Sopra Steria.

Start-ups weisen meist eine steile Lernkurve vor

Alles beim Alten also? Mitnichten. Wenn eines in Sachen Insurtechs klar ist, dann, dass die Start-ups meist eine steile Lernkurve vorweisen – und ihre Geschäftsmodelle schnell nachjustieren können. In Sachen Produktqualität

ist sicherlich noch Fein-Tuning gefragt. Dabei hat sich Lemonade mit Hausrat- und Privathaftpflichtversicherung aber eben auch ein relativ leicht bespielbares Feld ausgesucht. Die reichhaltig verfügbaren Investorengelder können parallel weiterhin in ein verbessertes Kundenerlebnis und erstklassige Technik im Hintergrund fließen. Der bittere Beigeschmack der Limonade verschwindet dann vielleicht schneller als erwartet. Zumindest für die Produktgeberseite bedeutet das: Auch hier kann ein bisschen Nachzuckern nicht schaden.

ONE

Das ist Lemonade

Lemonade

Lemonade ist ein Unternehmen der US-amerikanischen Start-up-Szene. Seit 2016 ist die Firma auf dem US-Markt aktiv und hat in dieser Zeit 500.000 Kunden akquiriert. Lemonade verknüpft sein Geschäft mit sozialem Engagement. Das Unternehmen behält nach Abzug der Kosten für Rückversicherung und Schäden nur 25 Prozent der Prämieinnahmen für sich. Das restliche Geld geht an wohltätige Organisationen. Das soll den Zeitgeist der jungen, digital-affinen Zielgruppe treffen.



Durch den Sommer mit dem E-Scooter: Seit drei Monaten prägt dieses Bild deutsche Städte.

E - SCOOTER

Das Risiko rollt mit, der Schutz aber auch

Der E-Scooter ist das Fortbewegungsmittel des Sommers. Aber die Fahrt macht nicht nur Spaß, sondern ist auch riskant. Die Gothaer begegnet dem Trend offen – und ist vorbereitet.

Sie haben das Bild der Innenstädte in diesem Sommer geprägt wie lange kein Fortbewegungsmittel vor ihnen: die E-Scooter. Die kleinen, bunten Tretroller mit Elektromotor sind das Trend-Vehikel der vergangenen Wochen und Monate. Und der Hype hält weiter an – gerade bei jungen Menschen. 40 Prozent der 18- bis 29-Jährigen wollen im kommenden Jahr E-Scooter fahren, hat eine forsa-Umfrage im Auftrag der Gothaer ergeben.

Die Anzahl der Verkehrsunfälle erscheint noch relativ gering

Trend auf der einen, aber auch Streitthema auf der anderen Seite. Denn das Risiko rollt stets mit. Seit die Roller Mitte Juni genehmigt wurden, ließen Unfälle mit Fußgängern oder Autofahrern nicht lange auf sich warten. Auch, wenn die Anzahl der Verkehrsunfälle verhältnismäßig gering erscheint – in München etwa kommen auf einen E-Scooter-rund 40 Fahrradunfälle – liegt die

Frage nach dem Versicherungsschutz nicht allzu fern.

Die erste Mail zu dem Thema, erinnert sich Jan Simon, Produktmanager bei der Gothaer, sei zum Jahresanfang in seinem Postfach gelandet. In der Folge hat er ein passendes Produkt entwickelt. „In Deutschland gilt für die Teilnahme am öffentlichen Straßenverkehr für E-Scooter eine Versicherungspflicht“, sagt er. Das heißt, wer einen Roller benutzt, muss diesen auch versichern. „Dann gibt es zwei Fälle“, sagt Simon. „Kunden, die einen E-Scooter leihen, und Kunden, die einen besitzen.“ Für erstere ist die Versicherungsfrage schnell geklärt: Der Verleiher muss die Roller versichern. Im zweiten Fall hilft die Gothaer.

Um Kunden passenden Versicherungsschutz für E-Scooter zu bieten, hat sie ihre Mopedversicherung weiterentwickelt. Demnach deckt der Haftpflichtschutz Schäden pauschal bis zu 100 Millionen Euro und Personenschäden mit bis zu 15 Millionen Euro pro geschädigte Person. Diebstahl sichert die Teilkaskoversicherung, die auch Schäden durch Brand, Sturm oder Hagel zahlt. Diesen Leistungen stehen günstige Beiträge gegenüber. Wie für

Mopeds beginnt für E-Scooter das Versicherungsjahr am 1. März mit einem Beitrag für die Haftpflichtversicherung von gut 50 Euro. Wer seine Police später abschließt, zahlt weniger. Im August etwa noch rund 38 Euro, im Dezember nur noch den Mindestbeitrag von 20 Euro. Hierbei ist zu beachten, dass nur Scooter, welche über eine Allgemeine Betriebserlaubnis (ABE) verfügen, versichert werden dürfen. Der Aufwand für den Makler ist gering. Er muss die Kundendaten sowie Fahrzeugdaten mittels Antragseinreichung an die Gothaer senden, das Kennzeichen verschickt dann der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV).

Scooter wird es bald zu günstigeren Preisen geben

Momentan dominiere zwar noch das Leihgeschäft, sagt Jan Simon, aber das könne sich schnell ändern: „Der Handel hat eine Angebotsoffensive für Herbst angekündigt, dadurch wird es die Scooter bald zu günstigeren Preisen geben“, sagt der Experte, der glaubt, dass so auch die Nachfrage nach Versicherungen steigt: „Wir sind jedenfalls darauf vorbereitet.“

GOVALOR

Ein echtes Schmuckstück

Ein Raubüberfall dauert selten länger als 90 Sekunden – und doch kann er die Existenz eines Juweliers gefährden. Deshalb benötigt er besonderen Schutz. Mit der Valorenversicherung GoValor, deren ohnehin komfortable Deckung noch weiter ausgebaut wurde und jetzt den gesamten Betriebsablauf abdeckt, bietet die Gothaer genau diese Sicherheit.

Der Rundumschutz beginnt bereits bei der Prävention. So können GoValor-Kunden kostenlos ihre Sicherheitssysteme prüfen und verbessern lassen. Fällt dann etwa die Alarmanlage trotzdem aus, würde die Gothaer für die Zeit der Reparatur Wachpersonal bezahlen.

Ein weiterer Vorteil: Ab sofort ist der versuchte Einbruchdiebstahl dem gelungenen gleichgestellt. So werden Schäden an der Eingangstür auch dann ersetzt, wenn es beim Einbruchversuch geblieben ist. Auch bei Raub greift der Schutz weiter. Hier sind in Zukunft neben dem Diebstahl auch Schäden aus räuberischer Erpressung versichert.

Aber nicht nur eigene Waren sind versichert, sondern auch fremdes Eigentum, zum Beispiel zur Reparatur in der Werkstatt befindliche Uhren oder Schmuckstücke. Selbst wenn Modells Ware auf Modenschauen präsentieren und sie dabei beschädigen, greift die Police. Damit ist GoValor ein echtes Schmuckstück für Schmuckstücke.

DIGITALES FACELIFT

Gothaer Hausrat mehrfach „Produkt des Monats“

Für ihre Bausteine gegen die Gefahren einer digitalen Welt haben die Magazine Focus Money und versicherungsmagazin die Hausratversicherung als „Produkt des Monats“ ausgezeichnet.

Gerade erst auf dem Markt, hat die Gothaer Hausrat bereits Erfolge eingefahren. Nach Focus Money hat auch das versicherungsmagazin die Police für Privatkunden jetzt zum „Produkt des Monats“ gekürt. Ein wichtiges Zeichen, wo doch der Digitalversicherer Lemonade fast zeitgleich auf den deutschen Markt gestürzt ist. Die Botschaft ist damit eindeutig: Dank ihrer herausragenden Qualität muss die Gothaer Hausrat den Vergleich mit den jungen Wilden nicht fürchten.

Ausschlaggebend für die Auszeichnung war laut Focus Money ein „Digitales Facelift“ des Produkts, wie die Focus-Autoren schreiben, und damit auf die modernen Bausteine wie Internet

Schutz oder Smart Home Schutz abzielen. Den Aspekt hebt auch das versicherungsmagazin heraus – neben dem Verzicht auf Leistungskürzungen bei grob fahrlässig herbeigeführten Schäden.

Auch Konflikte mit Online-Händlern sind jetzt abgesichert

Und tatsächlich bietet die Gothaer mit ihrer Hausratversicherung perfekten Schutz auch für digitale Risiken – eben mit den Bausteinen Internet Schutz, Smart Home Schutz oder Elektronik Schutz, die in den Produktlinien Plus und Premium hinzugewählt werden können. So sind dank des Internet Schutzes Vermögensschäden abgesichert, die

etwa durch Diebstahl von Zahlungsdaten oder bei Konflikten mit Online-Händlern um Waren, aber auch – und das unterscheidet das Produkt von vielen Konkurrenten – um Dienstleistungen wie Hotelbuchungen entstehen.

Vom Smart Home Schutz profitieren Kunden, die sich die Gothaer-Kooperationen mit Bosch oder ABUS zu Nutze machen und ihr Haus mit Anlagen der beiden Anbieter absichern: Für sie ist dieser Baustein kostenfrei. Mit dem Elektronik Schutz können Kunden elektronische Geräte wie Smartphones absichern – zum Beispiel gegen Bruch-, Sturz- oder Feuchtigkeitsschäden sowie Bedienfehler oder unvorhergesehene Beschädigungen bis zu einer Entschädigungsgrenze von 10.000 Euro.

Damit Makler alle diese Risiken authentisch darstellen können, hält die Gothaer ein besonderes Tool bereit: das virtuelle Gothaer-Haus. Mithilfe einer Virtual Reality-Brille können Makler ihren Kunden spezielle Schadenquellen auf der einen sowie Präventionsmöglichkeiten auf der anderen Seite lebensecht darstellen. Ein besonderer Vorteil, den auch die Magazin-Experten nicht unerwähnt lassen.



Virtuelles Gothaer-Haus: Mit einer VR-Brille erleben Kunden Schadenquellen hautnah.

Preisvergleich Hausrat: Gothaer in den Top 5

Platz	Versicherer	Beitrag
1	Ammerländer Classic	126,30 €
2	Ammerländer Comfort	137,62 €
3	Gothaer Plus (TR3)	150,47 €
4	Ammerländer Excellent	164,05 €
5	Gothaer Premium (TR3)	175,44 €
6	VHV Klassik Garant	164,70 €
7	VHV Exklusiv	180,77 €
8	HKD Einfach Besser	220,45 €
9	HKD Einfach Komplett	234,04 €
10	AXA Boxflex	249,87 €

www.makler.gothaer.de/hausrat

Kompliziertes Geschäft einfach gemacht: die GGP der Gothaer feiert weitreichende Erfolge bei Unternehmenskunden.



SCHUTZ FÜR MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN

GewerbeProtect – ein Produkt setzt sich durch

Die Gothaer GewerbeProtect (GGP) feiert weitreichende Erfolge. Der nächste Schritt: Ab sofort ist das Produkt auf der relevanten Plattform Thinksurance für Makler, Bankenvertriebe und Zweit-Labels als Kooperationspartner vertreten.

Die Absicherung von kleinen und mittelständischen Betrieben ist anspruchsvoll – und nicht zuletzt wegen der vielfältigen Unternehmenslandschaft in Deutschland ein Job für Profis. Neben den hohen Anforderungen an eine fachlich korrekte Kundenberatung durch den Vermittler gibt es allerdings noch eine weitere Hürde beim Geschäftserfolg:

Starre Standardprodukte werden den stetig wechselnden Anforderungen von Firmen in der heutigen Zeit einfach nicht mehr gerecht. Die Gothaer setzt auch deshalb mit Gothaer GewerbeProtect auf ein modulares Konzept für das KMU-Segment, das sich dynamisch an die Bedürfnisse der Versicherten anpassen lässt. Und das mit weitreichendem Erfolg: Die Anzahl der versicherten Gewerbebetriebe, die Gothaer GewerbeProtect abgeschlossen haben, liegt bereits bei mehr als 40.000 Unternehmen mit weit über 100.000 Verträgen.

Warum die GGP so gut funktioniert? Das Konzept kommt nicht nur beim Kunden an, sondern überzeugt auch immer mehr Vertriebspartner – bis hin zu Kooperationen, wo die GGP unter Zweit-Labels angeboten wird. So wird der modulare Produktbaukasten mittlerweile zum Beispiel auch von

rund einem halben Dutzend anderer Versicherer verkauft.

GGP jetzt auch auf der Plattform Thinksurance

Doch das beste Produkt bringt nichts ohne funktionierende Prozesse, die den Vermittler entlasten und ihm die nötige Zeit verschaffen, sich auf die Beratung seiner Unternehmenskunden zu konzentrieren. Mit anderen Worten: Das Gewerbe-Geschäft ist ohne effiziente Unterstützung kaum attraktiv für Makler. Der Markt ist komplex, jeder Versicherer verfolgt seinen eigenen Prozess. Umso praktischer sind daher Plattformen, die unabhängige Vermittler in ihrem Beratungs- und Auswahlprozess intelligent unterstützen – so wie Thinksurance. Unter diesem Namen läuft seit Juli das

Angebot von Gewerbeversicherung24 weiter. Auf der Online-Plattform ist jetzt auch die GGP vertreten; bisher nur mit Stufe eins der Betriebshaftpflichtversicherung, schon bald aber mit einem deutlich breiteren Produktumfang.

Grund für die Umfirmierung: Die Plattform richtet sich – anders als zuvor – inzwischen ausschließlich an Vertriebe und Versicherer. Mit der Neudefinition als Technologieanbieter schien der alte Name nicht mehr passend. Dennoch besteht kein Grund zur Sorge. Für Partner ändert sich nichts. Thinksurance steht auch weiterhin für intelligente Technologie in Entwicklung, Analyse und Vertrieb. Kooperationen werden durch den Wechsel des Firmennamens nicht beeinträchtigt. Die Gewerbeplattform bietet Deutschlands umfangreichsten Tarifrächner für Gewerbeversicherungen

infraforce.



Thinksurance-Website: Neuer Look, bewährte Leistung – inklusive GGP.

GGP-Tarifrächner

Natürlich können Makler die GGP auch weiterhin direkt über den GGP-Tarifrächner (TR) anbieten. Im TR lassen sich alle Produkte berechnen und direkt beim Kunden am Point of Sale abschließen. Der Clou: Der TR fragt ausschließlich Eingaben ab, die je nach Produkt bzw. Baustein wirklich notwendig sind. Einmal gemachte Angaben werden vollautomatisch dort wiederverwendet, wo sie für die Tarifierung benötigt werden.

Den TR erreichen Makler im Internet direkt. Außerdem gibt es den TR im Gothaer Maklerportal oder per individuell zugeschickter URL. Der Vorteil der URL: Hier können auch besondere Rahmenvereinbarungen abgebildet werden.

und wird ständig erweitert. Von unabhängigen Vertriebspartnern kann sie weiter wie bisher genutzt werden.

www.gothaergewerbeprotect.de

SAFE-IT

Neue Police schützt IT-Unternehmen auch bei Eigenschäden

Die Gothaer hat ihre erfolgreiche SafelT-Police den Entwicklungen des Marktes angepasst. Highlight: Die neue Police schützt Maklerkunden auch bei IT-Schäden in der eigenen Firma.

Wer mit sensibler Technik arbeitet, geht ein hohes Risiko ein. Das gilt besonders für IT-Unternehmen. Als Dienstleister sorgen sie dafür, dass die digitale Infrastruktur ihrer Kunden funktioniert. Passiert ihnen dabei ein Fehler und die IT-Systeme fallen aus, wird es schnell richtig teuer. Besondere Risiken erfordern besonderen Schutz. Diesen Schutz bietet die Gothaer ab sofort mit der überarbeiteten SafelT-Police. „Wir haben die Inhalte unserer erfolgreichen SafelT-Police weiter

den technischen Entwicklungen des IT-Marktes angepasst“, sagt Dirk Linder, Produktmanager Haftpflicht im Bereich Komposit Industriekunden.

Automatische Deckung von Eigenschäden

Wenn etwa ein Virus über die Daten des IT-Dienstleisters ins System seines Kunden gelangt und mehrere Maschinen lahmlegt, sind die Schäden, die durch den Virus entstanden sind, mitversichert.

Besonderes Highlight der überarbeiteten SafelT-Versicherung ist die Deckung von Eigenschäden bis zu 300.000 Euro, die, anders als bei den meisten Versicherern, nicht als Baustein hinzugebucht werden muss, sondern immer automatisch gilt. „Über Drittschäden hinaus, die ein IT-Unternehmen bei seinen Kunden verursachen kann, sind über diese Eigenschadendeckung also teilweise auch Schäden versichert, die den eigenen Betrieb betreffen“, sagt Produktmanager Linder.



Wenn IT-Dienstleister einen Fehler machen, wird es schnell richtig teuer – egal ob die eigene oder die Technik der Kunden betroffen ist.

PROZESSE

Gothaer SBU: Top-Produkt trifft Top-Prozesse

Bestnoten für die selbstständige Berufsunfähigkeitsversicherung, optimierte Risikoprüfung und smarte Vertriebsunterstützung für unabhängige Vermittler: Die Gothaer Lebensversicherung schärft weiter ihr Profil – als Spezialist für die Absicherung der Arbeitskraft.



Positive Resonanz bei Vermittlern:
Das neue Angebot der Vorabtelefonie bei Erschwernis oder Ablehnung kommt an.

Ihr Kontakt zur
Risikoprüfung:
Tel.: 0221 - 308-57014
Mail: lv_service@gothaer.de

Prozess schlägt Produkt – so oder so ähnlich ist es immer wieder zu lesen. Was gemeint ist: Selbst, wenn es bessere Produkte am Markt gibt, entscheiden sich viele Makler regelmäßig für denjenigen Anbieter, bei dem die Risikoprüfung und Antragsannahme problemlos laufen oder einfach nur der richtige Ansprechpartner unkompliziert zu erreichen ist. Was aber noch besser ist: Wenn Prozess und Produkt hervorragend sind – wie bei der Arbeitskraftabsicherung der Gothaer.



Morgen & Morgen vergab für die Tarife SBU Plus und SBU Premium bereits zu Jahresbeginn die Höchstnote von fünf Sternen. Alle drei Rater honorieren unter anderem Verbesserungen der Allgemeinen Bedingungen (AVB) – wie zum Beispiel, dass Kunden im Leistungsfall Verbesserungen ihres Gesundheitszustands nicht mehr melden müssen. Insbesondere bei höheren bedarfsgerechten Absicherungen

sind Gothaer SBU Plus und Gothaer SBU Premium im Marktvergleich sehr gut positioniert.

Verbesserungen der Prozesse: Fortschritte in der Risikoprüfung

Verkürzte Bearbeitungszeiten und erweiterte Services: Vor allem in der Risikoprüfung hat die Gothaer in den vergangenen Monaten Vereinfachungen vorgenommen. Besonderes Highlight:

Das neue Angebot der Vorabtelefonie bei Erschwernis oder Ablehnung findet sehr positive Resonanz bei Vermittlern und macht interne Vorgänge noch transparenter gegenüber Vertriebspartnern. Die Risikoprüfer informieren bei Bedarf ausführlich über die Risikoentscheidungen und deren Hintergründe. Bei einer negativen Risikoprüfung werden mögliche Alternativen direkt aufgezeigt. Gleichzeitig profitiert auch die Gothaer vom direkten Feedback und erhält immer wieder hilfreiche Hinweise aus dem Vertrieb.



Beitragsstabilität dadurch nicht gefährdet wird.

- Schneller durch Online-Risikoprüfung: Durch vers.diagnose entfallen Wartezeiten bei Risikovorfragen. Makler können ihren Kunden noch am Point of Sale ein verbindliches Angebot machen (siehe Kasten).

Der Erfolg ist bereits messbar. Die Policierungsquote der

Gothaer liegt inzwischen bei rund 85 Prozent und erhält dafür von Morgen & Morgen die Bewertung von 5 Sternen.

Übrigens: Vertriebspartner, die sich effektiv auf eine Zielgruppe fokussieren möchten, finden im Netz unterstützende Tools wie Checklisten, Erklärfilme, Broschüren und mehr zum Gothaer Arbeitskraftabsicherungskonzept.

➔ www.zielgruppen-profi.de

➔ www.makler.gothaer.de/arbeitskraft

Gothaer SBU: Top-Bewertungen bei großen Ratingunternehmen

Zur Produktqualität: Die Gothaer Lebensversicherung konnte für ihre selbstständige Berufsunfähigkeitsversicherung (SBU) jüngst gleich mehrfach Bestnoten verbuchen. Franke & Bornberg stufte das Rating auf FFF+ (hervorragend), Finanztest bewertet die Tarife Gothaer SBU Plus und SBU Premium mit sehr gut. Und auch das Analysehaus

Online-Risikovorfragen per vers.diagnose

Mit der jüngsten Generation von vers.diagnose profitieren Vermittler von Fortschritten in der digitalen Beratung und Vermittlung – und zwar direkt am Point of Sale. vers.diagnose liefert Maklern anonym, online und in Echtzeit eine verbindliche Risikoeinschätzung. Die Plattform gilt als marktführende digitale Risikoprüfungslösung für biometrische



Risiken. Vermittler können sich auf www.versdiagnose.de anmelden und kostenlos registrieren.

BETRIEBLICHE ALTERSVERSORGUNG

Das Ende der Papierformulare

Der nächste wichtige Schritt in Richtung des papierlosen Büros ist getan: Die Gothaer hat den Self Service zur Meldung von Dienstaustritten in der bAV überarbeitet.

Die Zukunft beginnt jetzt. Künftig wird statt eines Papierformulars eine Mail mit Link zum Self Service verschickt, wenn Arbeitgeber oder bevollmächtigte Vermittler einen Dienstaustritt melden. Der Self Service steht auch online zur Verfügung.

Neuer Self Service ermöglicht Meldung mehrerer Verträge

Neu dabei ist, dass ab sofort weder Papierformular noch die Unterschrift des Arbeitgebers erforderlich sind. Des Weiteren ermöglicht der neue Self

Service die Meldung mehrerer Verträge zu einem Arbeitnehmer in einem Vorgang, im Anschluss wird ein PDF-Protokoll für die Unterlagen des Kunden erzeugt – inklusive Erklärung des Arbeitgebers zur Anspruchsbegrenzung gegenüber dem Arbeitnehmer. Der Clou: Diese Erklärung ist bereits mit den Daten befüllt. Zudem sind die Formularfelder plausibilisiert, um spätere Rückfragen zu reduzieren.

Weitere bAV-Neuerungen im Überblick:

- Vereinfachungen bei der Absicherung von geschäftsführenden

Gesellschaftern: In der Unterstützungskasse können nun statt bisher maximal 300.000 Euro bis zu 500.000 Euro abgeschlossen werden.

- Zum September wurde die maximal mögliche Rentengarantiezeit erhöht, zum Beispiel bei Endalter 67 auf maximal 25 Jahre.
- bAV-Portale: Die Gothaer ist bereits auf dem Beraterportal von xbAV vertreten. Als nächstes ist die Anbindung von ePension geplant. Über beide Beraterportale können Vermittler unkompliziert und transparent tarifieren und abschließen.



Mail statt Brief, Link statt Formular: Die bAV der Gothaer ist noch digitaler geworden.

- Flexibilisierung in der Beitragszahlung: In den Direktversicherungs- und Rückdeckungstarifen GarantieRente & GarantieRente Performance können außerplanmäßige Beitragserhöhungen einfacher und flexibler vorgenommen werden. Bisherige AVB-Einschränkungen

(Beschränkungen bezüglich Fünf-Jahresfrist nach Vertragsbeginn, Erhöhungsgrenzen etc.) wurden weitestgehend abgeschafft oder flexibilisiert.

➔ www.gothaer.de/meldung-dienstaustritt

Niemand denkt gern an einen Krankenhausaufenthalt. Schon gar nicht, wenn er noch jung und kerngesund ist. Es ist daher nicht ganz einfach, eine stationäre Zusatzversicherung an junge Menschen zu verkaufen. Gerade dann, wenn die Beiträge aufgrund von Alterungsrückstellungen für diese noch jungen Kunden vergleichsweise hoch sind. Mit den neuen MediClinic S-Tarifen bietet die Gothaer ab sofort eine Lösung für dieses Problem.

Der Schlüssel ist eine neue Kalkulation, wonach die neuen Tarife nicht mehr nach dem Vorbild der „Lebensversicherung“, sondern nach der Art der Schadenversicherung kalkuliert werden. „Unser Ziel war, die Tarife so günstig wie möglich zu entwickeln und jeder Altersgruppe die passende Lösung anzubieten“, sagt Kabil Azizi, Vertriebskoordinator für den Bereich Gesundheit bei der Gothaer. „Das ist uns durch die neue Preisgestaltung gelungen.“

Optionsrecht macht Wechsel monatlich möglich

Wesentlich geht es dabei um die Bildung von Alterungsrückstellungen, die dafür sorgen, dass die Beiträge im Alter nicht zu sehr steigen. Nach dem Vorbild der „Lebensversicherung“, nach dem die zwei MediClinic-Tarife Plus und Premium kalkuliert werden, bilden Kunden diese Rückstellungen von Beginn an. Dadurch finanzieren junge Menschen schon heute ihre Beiträge im Alter mit. Wer sich dieses Geld heute lieber sparen möchte, kann das mit dem MediClinic S-Tarif, der ebenfalls in den Stufen Plus und Premium angeboten, aber eben ohne Alterungsrückstellungen kalkuliert wird. So zahlt beispielsweise ein 25-Jähriger für seinen Tarif Medi-Clinic Premium 36,87 Euro im Monat, während sein Pendant im MediClinic S mit monatlich 14,79 Euro weniger als die Hälfte kostet.

Allerdings birgt dieser Preisvorteil für junge Leute ein Problem. „Ohne Alterungsrückstellungen in jungen Jahren steigen die Beiträge natürlich

Auch im Krankenhaus wie zuhause fühlen – die stationäre Zusatzversicherung der Gothaer macht es (fast) möglich.



STATIONÄRE ZUSATZVERSICHERUNG

MediClinic S – günstige Lösung für junge Leute

Wer stationäre Zusatzversicherungen an junge Leute verkaufen möchte, hat jetzt die perfekte Lösung. Durch eine neue Kalkulation ist die Police für diese Zielgruppe noch günstiger und dank eines Optionsrechts die Finanzierung der Beiträge fürs Alter gesichert.

im Alter sehr sprunghaft“, sagt Azizi. „Wir bieten Kunden deshalb ein sogenanntes Optionsrecht, mit dem sie fast zu jeder Zeit in den anderen Tarif wechseln können.“ Fast zu jeder Zeit bedeutet in dem Fall monatlich. Bis der Kunde 45 Jahre alt ist, funktioniert der Wechsel sogar ohne zusätzliche Gesundheitsprüfung. Spätestens mit 45 Jahren muss der Kunde sich entscheiden, um zu vereinfachten

Bedingungen zu wechseln. Spätestens mit dem 60. Lebensjahr endet der MediClinic S-Vertrag.

Neue Kalkulation, günstige Preise und mehr Flexibilität

Neben der neuen Kalkulation hat die Gothaer die Gunst der Stunde auch zu einer Ausweitung der MediClinic-Leistungen genutzt. So übernimmt sie

künftig die Kosten für Unterkunft und Verpflegung eines Elternteils unbegrenzt, wenn sein bis zu zwölf Jahre altes Kind im Krankenhaus übernachten muss. Das war bisher nur für Kinder bis zehn Jahre inklusive und maximal für vier Wochen. Darüber hinaus sind neben der Operation durch den Chefarzt nun auch Eingriffe durch einen Belegarzt möglich. Das heißt, dass sich Patienten nun auch von Ärzten

operieren lassen können, die gar nicht im jeweiligen Krankenhaus angestellt sind, wie etwa der eigene Orthopäde. Und wer auf einzelne Annehmlichkeiten einer privaten Zusatzversicherung verzichtet, etwa im Mehrbett- statt im Ein- oder Zweibettzimmer übernachtet oder die Behandlung durch den Chefarzt ausschlägt, bekommt ab sofort noch mehr Geld zurück. Für das Mehrbettzimmer zahlt die Gothaer nun täglich 50 statt 20 Euro, wer die Chefarztbehandlung ablehnt, wird mit 50 Euro am Tag entschädigt.

Neue Kalkulation, günstige Preise, Flexibilität und noch mehr Leistung: Die unschönen Gedanken an einen Krankenhausaufenthalt können die MediClinic-Tarife Maklerkunden nicht nehmen. Aber um langfristig für diese Zeit vorzusorgen, liefert die Gothaer immer die passende Lösung.



DIGITALER VERTRIEBSASSISTENT

„Alexa, was ist eine bKV?“

Per Sprachbot zur betrieblichen Krankenversicherung: Mithilfe der Gothaer können Maklerkunden bald in ihren Unternehmen eine Alexa aufstellen, die Mitarbeiter zum Thema bKV informiert – und bei Bedarf direkt mit dem Makler verbindet. Ende Oktober startet das Pilotprojekt.

Mitarbeiter zu finden, ist schwierig in Zeiten des Fachkräftemangels; sie zu halten daher umso wichtiger. Ein attraktives Mittel für eine langfristige Mitarbeiterbindung ist eine betriebliche Krankenversicherung (bKV) – dafür werden Makler bei Unternehmenskunden und deren Angestellten dank der Gothaer bald noch einfacher und innovativer werben können. „Sobald eine bKV neu angeboten wird, ist das Interesse der Mitarbeiter groß“, sagt Oliver Roth, Line of Business Manager im Bereich Kranken der Gothaer, „allerdings ebnet es genauso schnell wieder ab. Das wollen wir ändern.“ Die Lösung ist ebenso modern wie innovativ: Schon bald können Unternehmer, die ihren Mitarbeitern bKV-Produkte der Gothaer anbieten möchten, sogenannte Sprachbots in der Firma aufstellen,

die ihre Mitarbeiter über das Thema informieren. Dabei beantwortet Alexa nicht nur allgemeine Fragen zum Thema bKV, sondern informiert auch über konkrete Produkte der Gothaer. Die Sprachbots haben Oliver Roth und

sein Team vorher entsprechend programmiert. Dabei gibt es so gut wie nichts, über das die kleine Sprachbox nicht Bescheid wüsste – von „Was ist eine bKV?“ bis „Wen kann ich alles mitversichern?“



Alexa am Arbeitsplatz: In einem Pilotprojekt testet die Gothaer zusammen mit Maklern den Einsatz von Sprachbots für die Beratung von Unternehmerkunden.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Unternehmer erleichtert seinen Mitarbeitern den Zugang zur bKV. Arbeitnehmer können sich schnell und unkompliziert informieren, indem sie den Sprachbot einfach ansprechen. Und für Makler wiederum erhöht der digitale Vertriebsassistent die Chance auf Neugeschäft. „Die Hürde, Kontakt zum Makler aufzunehmen, wird auf diese Weise deutlich geringer“, sagt Roth. Das liegt auch daran, dass Alexa den Mitarbeiter direkt mit dem Makler verbinden kann. Entweder wird der Vermittler durch eine Call-to-Action-Funktion angerufen oder er erhält per Call-back-Funktion eine Rückrufbitte sowie den Kontakt des Kunden.

Wie lange das Projekt läuft, das sich im ersten Schritt an Firmen richtet, die ihren Mitarbeitern arbeitnehmerfinanzierte bKV-Produkte anbieten und in

einem zweiten Schritt auch auf arbeitgeberfinanzierte Angebote erweitert werden soll, ist noch nicht klar. „Wir wollen den Alexa-Skill auf der DKM im Oktober präsentieren und ein Pilotprojekt starten“, erklärt Roth. Am Ende, sagt er, entscheiden wie immer die Kunden.

Nutzen Sie Alexa für Ihre Unternehmerkunden

Das Pilotprojekt der Gothaer startet nach der DKM im Oktober. Wenn auch Sie – für Ihre Unternehmerkunden – daran teilnehmen möchten, nehmen Sie gern Kontakt mit uns auf:

Oliver Roth

Tel.: 0221 - 308 24502

Mail: oliver_roth@gothaer.de



Für junge Leute und ihren Lifestyle scheint die Versicherungsbranche derzeit nicht attraktiv genug zu sein.

HUMAN RESEARCH

Fachkräftemangel – wie kann die Branche in der heutigen Zeit Jugendliche begeistern?

Zunehmend haben auch unabhängige Vermittler Schwierigkeiten, geeigneten Nachwuchs zu finden. Woher kommt in Zukunft der Nachwuchs für Maklerunternehmen? Und: Welche neuen Skills benötigt der Vermittler von morgen?

In den vergangenen fünf Jahren sind weniger junge Vermittler auf den Markt gekommen, der Abwärtstrend der jüngeren Jahrgänge scheint unvermindert weiterzugehen.“ So war es im Juli in der Mitgliederzeitung des Bundesverbands Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) zu lesen. Gleichzeitig sank die Zahl der Vermittler insgesamt in diesem Jahr zum ersten Mal auf einen bundesweiten Wert unter 200.000. Wengleich der Rückgang unter Versicherungsmaklern in den vergangenen Jahren nicht so ausgeprägt war wie in der Ausschließlichkeit, lässt sich doch erkennen: Der Versicherungsvertrieb hat ein Nachwuchsproblem – und das bei gleichzeitiger Überalterung der heutigen Vermittler. Denn das Durchschnittsalter von Versicherungsmaklern liegt um die 50 Jahre.

Großteil des Berufsstandes nicht weit weg von der Rente

Damit ist ein großer Teil des Berufsstands nicht mehr weit vom Renteneintritt entfernt. Fast jeder zweite Vermittler wird voraussichtlich in den kommenden 15 Jahren altersbedingt ausscheiden. Die Branche sucht also händeringend Nachwuchs. Das

Problem: Der ist nicht so leicht zu finden. Denn schlechtes Image, steigende Qualifizierungsanforderungen und



„Im Zeitalter von Amazon braucht es im Versicherungsvertrieb Veränderungen.“

Sebastian Heithoff, .dotkomm

immer weiter ausufernde Dokumentationspflichten machen die Versicherungsbranche für junge Menschen auf den ersten Blick nicht unbedingt attraktiv. „Versicherungsvertreter ist einfach nicht der Wunschberuf der jungen Leute“, sagt Holger Mardfeldt, Mitgeschäftsführer des Lübecker Maklerunternehmens Martens & Prahl. Die Situation ist umso bedrohlicher, weil – anders als häufig unterstellt – auch 2019 der weitaus größte Teil des Neugeschäfts über die klassischen Vertriebswege läuft. Tatsächlich entfallen etwa in der Lebens- oder Krankenversicherung nach wie vor über 90 Prozent des Neugeschäfts auf Vermittler einschließlich Banken und Sparkassen. „Deshalb braucht es auch künftig den klassischen Versicherungsvermittler“, erklärt Markus Kruse vom Analyse- und



„Der Mensch kann bei schwierigen Entscheidungen immer besser Vertrauen schaffen.“

Markus Kruse, Assekurata Solutions

Beratungshaus Assekurata Solutions. Letztlich sei der Mensch bei schwierigen Entscheidungen immer noch besser in der Lage, Bedenken auszuräumen und Vertrauen zu schaffen, so Kruse.

Kammern überarbeiten ihre Ausbildungsprogramme

Die Industrie- und Handelskammern haben das Problem erkannt und überarbeiten deshalb derzeit das Ausbildungsprogramm für den Kaufmann für Versicherungen und Finanzen. Unter anderem im Fokus der Bemühungen: die digitalen Kompetenzen der angehenden Vertriebsprofis zu fördern, bestehende Skills für die Branche nutzbar zu machen – und so letztlich wieder die Attraktivität des Vermittlerjobs zu steigern.

„Im Zeitalter von Amazon, Instagram und WhatsApp braucht es auch im Versicherungsvertrieb Veränderungen, die sich am aktuellen Zeitgeist orientieren“, sagt Sebastian Heithoff, Consultant der auf Banken und

Versicherungen spezialisierten Digitalagentur .dotkomm und Autor der Plattform MoreThanDigital. Heithoffs Überzeugung: Wer die digitalen Tools und Kanäle des 21. Jahrhunderts nutzt, um für Kunden, Interessenten und Fans an möglichst breiter Front erreichbar zu sein, ist auch in Zukunft gut für die Versicherungsvermittlung aufgestellt.

Auch auf der Maklermesse DKM, die wie immer im Oktober in Dortmund stattfindet, wird es in vielen Diskussionen darum gehen, wie Maklerunternehmen angesichts einer stetig umfassender werdenden Regulierung und des Wettbewerbs von Maklerpools und Großmaklerunternehmen bestehen können.

Jungen Vertrieblern die Unsicherheit nehmen

Wettbewerbe wie der Jungmakler-Award sorgen zudem für mehr Attraktivität und Aufmerksamkeit für Nachwuchs-Vertriebskräfte. Und sonst? Wie kann die Branche insgesamt Jugendliche für ihr Themenfeld begeistern? Karriereplattformen der Versicherungsunternehmen bieten die Möglichkeit, Schüler gezielt über Ausbildungswege, Lerninhalte und Vergütungen zu informieren. Eine weitere Möglichkeit zur

Nachwuchswerbung sind zudem spezielle Projekte, die in der Hand der Auszubildenden in Makler- und Versicherungsunternehmen liegen. Das Ziel: Interessierte Schüler durch den aktuellen Firmennachwuchs in



„Versicherungsvertreter ist einfach nicht der Wunschberuf der jungen Leute.“

Holger Mardfeldt, Martens & Prahl

den Makler- und Versicherungsalltag reinschnuppern lassen. Haben Makler und Versicherer erst einmal den passenden Nachwuchs gefunden, dann gilt es, die jungen Leute auch zu halten. Das können Unternehmen zum Beispiel, indem sie während Ausbildung und Studium ihren Nachwuchs mit digitalen Angeboten unterstützen. Zum einen ist es wichtig, junge Menschen so durch berufliche Perspektiven zu motivieren. Zum anderen muss vielen Jungvertrieblern die anfängliche Unsicherheit genommen werden. Dabei helfen können zum Beispiel geregelte Nachfolgeprogramme und ein erfahrener Mentor. So können auch etablierte Vermittler selbst langfristig von ihrem Engagement profitieren, indem sie zum Beispiel eine geeignete Nachfolge finden.

„Ideal für den Vertrieb“

Drei Fragen an Manuela Borgarello, Gothaer Expertin für Frauen im Vertrieb.

GoNews: Frauen sind im Vertrieb deutlich in der Unterzahl. Woran liegt das? Manuela Borgarello, Initiative „Mehr Frauen im Vertrieb“ bei der Gothaer: Je nach Vertriebsweg bewegt sich die Frauenquote tatsächlich zwischen mageren zehn und 15 Prozent, und für junge Frauen scheint der Vertrieb besonders unattraktiv zu sein. Wer nach den Gründen fragt, hört eigentlich immer wieder die gleichen drei Dinge: Erstens die schlechte Vereinbarkeit von Familie und Beruf; Versicherungsvertrieb ist traditionell ein Job, der auch Einsatz jenseits der üblichen Bürozeiten erfordert. Zweitens schreckt die erfolgsabhängige Vergütung Frauen eher ab als Männer, weil ihr Sicherheitsbedürfnis stärker ausgeprägt ist. Und drittens scheuen Frauen eher als Männer den Konkurrenzkampf zwischen Vermittlern. Sie bevorzugen ein harmonisches Arbeitsklima statt regelmäßigen Ellbogeneinsatz. All das verhindert, dass sich Frauen, die eigentlich hervorragend für eine Tätigkeit als Vermittlerin geeignet wären, für diesen Beruf entscheiden.

GoNews: Was muss sich ändern?

Borgarello: Was Arbeitszeiten und -orte betrifft, ändert sich ja bereits einiges. Das Kundenverhalten ist durch die verstärkte Nutzung von digitalen Medien im Wandel. Das verbessert die Vereinbarkeit der Vermittlertätigkeit mit der Familie sehr. Gerade auf Arbeitgeberseite ist aber mehr Aufklärungsarbeit gefragt, wie attraktiv und chancenreich der Job

als Vermittlerin sein kann. Außerdem ist vielen Frauen nicht klar, dass sie ideale Voraussetzungen für den Vertrieb mitbringen. Sie gelten als äußerst kommunikativ, loyal und besitzen die wichtige Fähigkeit, zuzuhören. Frauen verfügen über viel Empathie und emotionale Intelligenz. Studien zeigen: Frauen werden von den Kunden als einfühlsamer, zuverlässiger und ehrlicher wahrgenommen als ihre männlichen Kollegen.

GoNews: Wie können Makler weiblichen Nachwuchs für den Job begeistern?

Borgarello: Zunächst einmal: Sie müssen! Das Durchschnittsalter liegt bei 48 Jahren, Nachwuchs ist rar. Auf die Hälfte der potenziell Nachfolgenden zu verzichten, kann sich die Branche also überhaupt nicht leisten. Ein Weg könnten Einstiegsmodelle sein, bei denen Frauen erst einmal in Teilzeit in die Vermittlung hineinschnuppern. Bei Rekrutierungsmaßnahmen lohnt es sich zum Beispiel beim Wording oder beim Bildmaterial darauf zu achten, dass sich auch Frauen angesprochen fühlen. Welche Frau findet sich schon auf Fotos wieder, wo alle Schlips und Kragen tragen? Generell fehlt es an weiblichen Vorbildern in der Branche. Die erfolgreichen Frauen müssen sichtbar werden. Das kann auch durch Networking funktionieren: Bei der Gothaer haben wir zum Beispiel damit angefangen, Netzwerktreffen speziell für Vermittlerinnen zu organisieren.



Gothaer-Expertin Borgarello

VIDEOBERATUNG

Beratung digital: Wenn Makler und Kunde nicht mehr vor die Tür müssen

Alles, was Makler bisher offline gemacht haben, ist jetzt auch online möglich. Die Gothaer testet zwei neue Systeme zur Unterstützung von Vertriebspartnern.

Ob Kundentermine vereinbaren, Fragen per Videochat klären, Dokumente gemeinsam betrachten, Verträge unterschreiben oder per WhatsApp „Hallo“ sagen: Der hybride Kunde von heute verlangt die Möglichkeit, über die verschiedensten Kanäle mit seinem Berater zu kommunizieren. Und Vermittlern sparen die neuen Formen der Unterstützung Zeit und Geld.

Von Oktober an zwei neue Systeme im Einsatz

Makler sollten sich deshalb nicht wundern, wenn sie von Oktober an beim Kontakt zum Gothaer Beratungs- und Vertriebsservice (GoBV) dem Thema Videoberatung begegnen. Denn dann startet die Gothaer probeweise den Einsatz zweier unterschiedlicher Systeme: Skype for Business und Flexperto. Je nach Thema, weswegen sich unabhängige Vertriebspartner an den Maklerservice der Gothaer wenden, kann es durchaus passieren, dass sie in Kontakt mit einem der Tests kommen. Wenn zum Beispiel ein Servicemitarbeiter feststellt, dass eine Erklärung leichter wäre, wenn

Bildschirmunterstützung herangezogen würde, dann kann der Einsatz der Pilotsysteme vorkommen.

Gesamtes Verkaufsgespräch per Videoangebot

Skype for Business gehört zur Angebotspalette des Softwareriesen Microsoft und umfasst – anders als die vielen bekannte Basisversion Skype für Endkunden – Funktionen für Videotelefonie sowie eine ganze Reihe Kommunikations- und Kollaborationstools in einer Anwendung. Dazu gehören etwa ein Instant Messenger (Chat), die Möglichkeit zur IP-Telefonie sowie – wenn gewünscht – die Einbindung von Outlook-Kontakten inklusive sicherer und DSGVO-konformer Verschlüsselung.

Das zweite System Flexperto verfolgt eine etwas andere Strategie. Hier soll der Vermittler in die Lage versetzt werden, das gesamte Verkaufsgespräch per Videoangebot mit dem Kunden durchzugehen. So bietet die Plattform einen ganzen Strauß technischer Möglichkeiten zur Beratung und für den Abschluss, von denen zu Beginn schon einiges ausprobiert und auf Eignung durch den Vertrieb getestet werden soll. Ob per WhatsApp,

Social Media oder Videoberatung: Zum Angebot des Berliner Start-ups gehören darüber hinaus auch Online-Terminvereinbarungen, Co-Browsing zum gemeinsamen Durchgehen von Unterlagen mit dem Kunden, der digitale Vertragsabschluss inklusive E-Signatur und vieles mehr.

Die Gothaer testet die neuen Systeme gemeinsam mit Vermittlern auf Herz und Nieren. Welche Chancen bringen die Systeme für den Vertriebspartner? Wie verändern sich die Anforderungen an ein gutes Verkaufsgespräch? Welche Produkte, Kampagnen und Anlässe lassen sich gut in einem solchen Gespräch platzieren und wo ist das persönliche Gespräch wichtig?

Bitte melden! Makler können gern mitmachen

Die Tests sollen außerdem zeigen, von welchen Kundengruppen ein Videoberatungsangebot gut angenommen wird und ob es echte Mehrwerte bei der Beratung bietet. Für die Zukunft sind weitere Angebote geplant – zum Beispiel VKF-Leitfäden für Videoberatung zu einzelnen Produkten.

Übrigens: Feedback zum Thema ist herzlich willkommen. Makler, die die Videoberatung gerne einmal allgemein

testen möchten oder sogar bereits gesammelte Erfahrungen teilen möchten, finden in ihrer zuständigen Partnervertriebsdirektion den richtigen Ansprechpartner.

So funktioniert Flexperto



Die Flexperto GmbH ist ein bereits 2012 gegründetes Softwareunternehmen mit Sitz in Berlin. Die entwickelte Lösung bündelt die wichtigsten Funktionen der digitalen Kundenkommunikation, um Beratung und Vertrieb ohne Medienbruch zu digitalisieren. Die modulare Flexperto Software bietet dafür unter anderem Terminvereinbarung, Videokommunikation und digitale Signatur. Flexperto hat sich das Ziel gesetzt, dass in ein paar Jahren kein Kunde mehr vor die Tür muss, um eine Versicherung abzuschließen.

www.flexperto.com



Erfolgreich verkaufen im Netz: Ab sofort können Makler das komplette Verkaufsgespräch mit ihren Kunden über den Bildschirm ihres Computers im Büro durchführen.



Weiterbildung in der Gruppe
– mit 50 Prozent sind Präsenzlehrgänge weiter die am meisten gebuchten Formate.

FINANZIELLE UNTERSTÜTZUNG

Jetzt Fördermittel sichern für den Jahresendspurt in der Weiterbildung

Weiterbildung kostet Zeit – und Geld. Keine Weiterbildung ist jedoch auch nicht umsonst – und kostet im schlimmsten Fall sogar die Vermittlererlaubnis. Hier gibt es Tipps für alle, die 2019 noch ihr IDD-Weiterbildungssoll erfüllen müssen – und sich dabei finanziell unterstützen lassen möchten.

Nicht erst seit der IDD und der damit verbundenen gesetzlichen Verpflichtung für Versicherungsvermittler, sich regelmäßig weiterzubilden, ist klar: Professionelle Beratung und ein hohes Qualifizierungsniveau gehören zusammen. Zur Erinnerung: Mit dem IDD-Umsetzungsgesetz, das im Februar 2018 in Kraft trat, wurden Vermittler verpflichtet, jährlich mindestens 15 Stunden an Weiterbildung zu absolvieren. Die genauen Details wurden Ende 2018 mit der Versicherungsvermittlungsverordnung (VersVermV) geregelt. Ein Verstoß kann als Ordnungswidrigkeit geahndet werden. Außerdem riskieren Vermittler, ihre Gewerbeerlaubnis zu verlieren. Wichtig ist zusätzlich, dass die Vermittler ihre Weiterbildung seitdem auf Verlangen auch gegenüber der aufsichtsrechtlich zuständigen

örtlichen Industrie- und Handelskammer nachweisen müssen. „Die Nachweise und Unterlagen sind fünf Jahre auf einem dauerhaften Datenträger vorzuhalten und in den Geschäftsräumen aufzubewahren“, heißt es in der VersVermV. „Die Aufbewahrungsfrist beginnt mit dem Ende des Kalenderjahres, in dem die Weiterbildungsmaßnahme durchgeführt wurde.“

Rund 175.000 Vermittler haben ein Konto bei „Gut Beraten“

Ein beliebter – aber nicht der einzige – Weg, die eigenen Weiterbildungsaktivitäten zu dokumentieren, bleibt die Brancheninitiative Gut Beraten. Deren Zahlen können sich sehen lassen: Rund 175.000 Vermittler haben sich hier bereits ein Weiterbildungskonto eingerichtet, allein im zweiten

Quartal 2019 wurden über eine Million Stunden Weiterbildung erfasst. Besonders beeindruckend: Jeder aktive Teilnehmer hat bereits im ersten Halbjahr durchschnittlich 13 Stunden Weiterbildung nachgewiesen – und somit sein Soll fürs gesamte Jahr fast erfüllt.

Für all diejenigen, die nicht dazu zählen, wird die Zeit nun allerdings knapp. Umso ärgerlicher ist es, wenn eine bereits gebuchte Weiterbildungsveranstaltung dann doch nicht – zum Beispiel aufgrund zu geringer Teilnehmerzahl – stattfindet. Die Deutsche Makler Akademie bietet genau hierfür eine passende Lösung an: Mit der Durchführungsgarantie (siehe Infokasten) können Vermittler sich darauf verlassen, dass die Bildungsmaßnahme auch stattfindet – und somit als IDD-Weiterbildungszeit angerechnet werden kann.

Deutsche Makler Akademie bietet praktische Hilfe

Neben dem zeitlichen Aufwand ist Weiterbildung auch mit Kosten verbunden. Wie überall gilt eben auch hier: Qualität hat ihren Preis – und Makler, die sich nicht plötzlich in einer reinen Produktwerbeshow wiederfinden möchten, müssen durchaus mit einigen hundert Euro Kosten pro Weiterbildungstag rechnen. Was viele nicht wissen: Es gibt Fördermöglichkeiten, durch die Makler über Zuschüsse Teile ihrer Weiterbildungskosten zurückbekommen können.

Ein Problem gibt es allerdings dabei: die unübersichtliche Fördermittellandschaft in Deutschland. Da Bildungsfragen Ländersache sind, ist die Ausgestaltung der Förderung je nach Bundesland sehr unterschiedlich. Die Deutsche Makler Akademie unterstützt unabhängige Vertriebspartner deshalb mit praktischer Hilfe – und vor allem mit länderspezifischen Informationen zu Fördermöglichkeiten. Auch über diese Infos hinaus steht die DMA Maklern bei Fragen zu den Fördermöglichkeiten zur Verfügung.

E-Learning ist weiter auf dem Vormarsch

Übrigens: Als Lernform favorisieren die Gut-Beraten-Teilnehmer zwar weiterhin Präsenzveranstaltungen. Allerdings ist deren Anteil auf nunmehr 50 Prozent (276.475 Bildungsmaßnahmen) gesunken. Die zweithäufigste Lernform – das selbstgesteuerte E-Learning – liegt mittlerweile bei 36 Prozent. Insgesamt beträgt der Anteil aller E-Learning-Varianten inzwischen sogar 45 Prozent, dazu zählen dann zum Beispiel auch Angebote wie die Live-Akademie auf der ersten reinen Onlinemesse für Vermittler. Die Vorträge, Webinare, Talkrunden und Interviews dort sind teilweise als IDD-Weiterbildungszeiten ausgewiesen – so lässt sich die Weiterbildungsverpflichtung auch in den letzten Wochen des Jahres noch bequem von zu Hause aus erfüllen.

Mit der Bildungsprämie des Bundes Geld sparen

Während die länderspezifischen Förderungen sehr unterschiedlich ausgestaltet sein können, macht der Bund mit seiner Bildungsprämie ein deutschlandweit gleiches Angebot: Weiterbildungswillige bekommen bis zu 50 Prozent der Kosten, maximal aber 500 Euro ihrer Weiterbildung erstattet. Der Gutschein aus der Bildungsprämie kann jährlich neu in Anspruch genommen werden und muss vor Weiterbildungsbeginn beantragt werden. Der Bund will damit die Bereitschaft stärken, sich beruflich weiterzuentwickeln.

Alle Infos zur Bildungsprämie, den Vorab-Check und eine Beratungsstellensuche finden Interessierte unter: www.bildungspraemie.info

DMA: Planungssicherheit dank Durchführungsgarantie

Die DMA bietet seit 2018 bei einer wachsenden Anzahl von Weiterbildungsangeboten eine sogenannte Durchführungsgarantie. Dabei geht es um Planbarkeit und Planungssicherheit: Makler, die sich zu einem Seminar mit Durchführungsgarantie anmelden, können sich sicher sein, dass die Veranstaltung auch wirklich stattfindet – und nicht kurz vorm Termin die Absage wegen zu

geringer Teilnehmerzahl ins Haus flattert. Gerade für diejenigen, die noch vor Jahresende Weiterbildungszeiten sammeln müssen, um das IDD-Soll zu erfüllen, lohnt sich also der Blick ins Seminarangebot der Deutschen Makler Akademie unter:

<https://www.deutsche-makler-akademie.de/bildungsangebote/durchfuehrungsgarantie>

MaklerTV

www.makler.gothaer.de/beenkenweiterbildung

www.deutsche-makler-akademie.de/foerdermoeglichkeiten

www.profino.de

TECHNIK

Höhere Qualität für zufriedenerer Makler

Ein übergreifender Ansprechpartner zu Prozessen ist Wunsch vieler Vermittler. Die Gothaer bietet mit ihrem neuen Digitalen Key Account Management Anbindung per BiPRO.

Die Makler-Welt spricht BiPRO. Dank der Digitalisierung laufen die Zeiten des Versendens von Papier ab – technische Hilfsmittel machen die Arbeit unabhängiger Vertriebspartner effizienter und ermöglichen so die Konzentration aufs Kerngeschäft. Das Problem: Es bilden sich zunehmend ganze Ökosysteme heraus, deren Strukturen und Zusammenhänge sich nicht immer auf den ersten Blick erschließen. Gleichzeitig werden mittlerweile hoch-effiziente Prozesse für gemeinsame Geschäftsaktivitäten vorausgesetzt. In diesem Sinne gewinnt auch der Grundsatz „Prozess schlägt Produkt“ immer mehr an Bedeutung. Ein gutes Produkt ohne technisch einwandfreie sowie durchgängige Prozesse reicht schon heute nicht mehr aus. Die Prozessqualität rückt für Vertriebspartner immer stärker in den Fokus. Auch deshalb wurde der Wunsch nach einem übergreifenden Ansprechpartner für Prozesse und Technik bei der Gothaer immer lauter – nach einem „Trouble-Shooter“, der die (sparten-)

übergreifende Kommunikation sowie die richtigen Schnittstellen sicherstellt und auch vor Ort unterstützen kann.

Gothaer stärkt Vertrieb beim Thema Digitalisierung

Die Vorteile liegen auf der Hand: Ein Ansprechpartner für technische und prozessuale Themen ermöglicht die Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern auf Augenhöhe und vermeidet unnötige Einzelabsprachen nach Sparten oder Bereichen. Die Gothaer trägt damit nicht nur dem konkreten Wunsch von Maklern Rechnung, sondern auch der kontinuierlichen Zunahme der Nachfrage nach BiPRO-Anbindungen. Neben dem Aufbau des „Digi KAM“ wurden zudem konzernweit gültige Anbindungsstandards geschaffen, die es ermöglichen, stetig zu lernen und das Anbindungsmanagement nachhaltig zu professionalisieren. Das Herzstück bildet dabei die wertorientierte Priorisierung von Anbindungsanfragen.

Mit der neu geschaffenen Einheit zur technischen Anbindungsunterstützung von Maklern sendet die Gothaer ein starkes Signal an den Markt: Sie stärkt den unabhängigen Vertrieb beim Thema Digitalisierung und BiPRO und misst dem Maklermarkt damit noch mehr Bedeutung bei als bisher.

Übrigens: Das bisherige Feedback war ausnahmslos positiv. Das digitale Key Account Management steht zunächst ausgewählten Vertriebspartnern zur Verfügung. Dabei ist der Gothaer klar: Für BiPRO wird nicht nur eine entsprechende Organisation (Einheit) benötigt. Vielmehr braucht es Menschen, die BiPRO vermitteln und damit auch „sprechen“ können. Deshalb vergrößert die Gothaer das Team – und baut das „Digi KAM“ sukzessive weiter aus (siehe Interviewkasten mit Melissa Knie). Interessierte Vermittler erhalten über ihren zuständigen Maklerbetreuer mehr Informationen.



Der Makler als Partner: durch eine neue Anbindungsunterstützung sendet die Gothaer ein starkes Signal und schafft Vertrauen.

„Makler werden oft allein gelassen“

Digital Key Account Managerin Melissa Knie erklärt, was die Gothaer besser macht.

GoNews: Digitales Key Account Management: Was machen Sie da genau?

Knie: Für meine Vertriebspartner kümmere ich mich um alle Themen rund um Prozesse und Technik. Die Spanne reicht von der Freischaltung kleinerer digitaler Services in unserem Makler-Portal bis hin zu großen Anbindungsprojekten über unsere BiPRO-Schnittstellen. Auch im Fall von Problemen oder Störungen bin ich als Trouble-Shooter erste Ansprechpartnerin.

GoNews: Welche Hürden gibt es zu meistern?

Knie: Oftmals nutzen unsere Vertriebspartner die Services noch nicht oder nicht in vollem Umfang,

obwohl sie selbst schon die Voraussetzungen geschaffen haben, etwa durch die Nutzung eines Maklerverwaltungsprogramms. Wir als Gothaer haben das Problem erkannt und stellen uns durch das Digi KAM breiter auf. Ein branchenweites Problem ist, dass es zwar normierte Vorschriften via BiPRO gibt, diese aber weit weg von einheitlichen und allgemein gültigen Standards sind. Jeder Versicherer interpretiert die BiPRO-Normen anders. Der Austausch mit unseren Vertriebspartnern ist daher ungemein wertvoll, um zu erfahren, ob zum Beispiel Dokumente und Daten über BiPRO auch verarbeitet werden können.

GoNews: Klingt nach einem Vollzeit-job. Wie geht es bei der Gothaer?

Knie: Immer mehr Maklern wird klar, dass sie sich technisch professioneller aufstellen müssen. Auf diese Entwicklung haben wir reagiert und vergrößern bereits das Team. Alle sprechen immer von Digitalisierung, aber oftmals wird der Makler allein gelassen. Wir wollen es besser machen und durch ein professionelles Anbindungsmanagement den Maklern Digitalisierung spüren lassen. Gemeinsam mit dem Maklerbetreuer agieren wir als Tandem – er als Spezialist für Fragen rund um Produkte und ich rund um Prozesse und Technik.



Managerin
Melissa Knie

Digital Key Account Management – so geht's



Ihre Anforderung: Ein übergreifender Ansprechpartner rund um die Themen Prozesse und Technik



Unser Angebot: Unterstützung vor Ort und Erreichbarkeit für eine reibungslose Anbindung



Ein starkes Zeichen: Die Gothaer ist für Sie da – unkompliziert und schnell!

Die Geschichten, die Axel Opp erzählt, haben es in sich. In einer brennt ein Elektroauto nach einem Auffahrunfall komplett aus, drei Insassen starben. Eine andere handelt vom Brand in einer Fabrikhalle im baden-württembergischen Schorndorf – der Schaden: 1,5 Millionen Euro. Die Brandursache war immer dieselbe: „Ein Kurzschluss in einem Akku“, sagt Opp und ist sicher: „Es wird immer mehr solcher Brände geben.“

Energiedichte im Akku gleicht der des Sprengstoffs TNT

Axel Opp ist selbstständiger Sachverständiger. Brandschäden, ausgelöst durch Elektrotechnik, sind sein Spezialgebiet. Schon auf der Roadshow der Gothaer in diesem Jahr war er dabei und hat den Schadenfall Akku aufgezeigt. „Wir wollen Makler für das Thema sensibilisieren, damit

sie ihren Kunden Tipps geben und sie beraten können“, sagt Ralf Dietrich, Vertriebskoordination Komposit Partnervertriebe, über die Gründe.

Akkus als Zündquelle, mit diesen Fällen hat Opp mittlerweile täglich zu tun: „Das liegt zum einen daran, dass immer mehr akkubetriebene Geräte wie Smartphones, Tablets, Laptops oder E-Zigaretten Einzug in unseren Alltag erhalten, wir zum anderen aber auch zu sorglos damit umgehen“, sagt Opp. Dabei ist das Risiko nicht zu unterschätzen. Beim Aufladen eines Akkus wird elektrische Energie, der Strom aus der Steckdose, in die

SCHADENFALL AKKU

Die versteckte Gefahr

Immer häufiger sind Akkus in Smartphones, E-Zigaretten oder E-Bikes Ursache schlimmer Brände. Doch das Risiko wird oft unterschätzt – auch, weil man es nur sehr schwer erkennt.

chemische Energie im Akku umgewandelt. „Chemische Energie hat zehnfach mehr Power als elektrische Energie. Die Energiedichte gleicht der



Akku-Feuer breiten sich oft schnell aus.

des Sprengstoffs TNT“, erklärt Opp: „Während Kaffeemaschinen oder andere Geräte, die mit elektrischer Energie betrieben werden, nach einem Kurzschluss eher langsam anfangen zu brennen, fliegen Akkus regelrecht in die Luft.“

Schutz durch Hausrat- oder Gebäudeversicherung

Das größte Problem an der versteckten Gefahr ist, dass man sie nur sehr schwer erkennt. „Die Akkus werden langsam dick – und dann gehen sie auch schon hoch“, sagt

Sachverständiger Opp und hat einige Tipps, um das Risiko zumindest zu reduzieren: So sollten Kunden auf die Qualität der Akkus achten, sie nicht zu voll laden, also das Ladegerät nach dem Aufladen möglichst schnell wieder abschließen, und darauf achten, dass die Akkus nicht tiefenentladen. Zudem sollten Akkus nicht dort geladen werden, wo sich die Nutzer aufhalten – also das Smartphone über Nacht im Schlafzimmer oder der E-Bike-Akku während der Arbeit im Büro.

„Alle diese Tipps können Makler ihren Kunden weitergeben“, sagt Ralf Dietrich von der Gothaer, der aber auch weiß: Wenn es dann doch zum Brand kommt, sind die Schäden in der Regel durch die Hausrat- oder Gebäudeversicherung der Gothaer abgesichert. So können Makler ihren Kunden nicht nur wichtige Tipps geben, sondern den Schadenfall Akku auch für den Einstieg ins Verkaufsgespräch nutzen. Sicher ist sicher.

Tipps & Termine

Zum Nachschlagen

Jörg Freiherr Frank von Fürstenwerth, Alfons Weiss, Werner Consten, Peter Präve

VersicherungsAlphabet (VA)

Was der Duden für Journalisten, ist dieses Buch für Versicherungsmakler – und das schon seit mehr als 40 Jahren. In seiner neuesten Auflage liefert das Nachschlagewerk Erklärungen zu mehr als 5.700 Stichworten aus der Versicherungswelt – inklusive Abkürzungen, Querverweisen und ab sofort auch modernen Anglizismen. **984 Seiten; ISBN: 978-3-96329-019-0; Preis: 79,00 Euro; Verlag Versicherungswirtschaft**



Zum Anhören

Torsten Jasper

Makler & Vermittler Podcast

Sie sind informativ, smart und modern – und machen auch vor der Versicherungswirtschaft keinen Halt: Podcasts sind das Medium der Stunde. Das hat auch Torsten Jasper erkannt und einen Channel für Versicherungsmakler gestartet. Darin informiert der Experte allein oder in Interviews über Themen, die den Job des Maklers betreffen, gibt Tipps für den Vertrieb oder die Bestandsverwaltung und spricht – natürlich – über Digitales.

Der Podcast kann auf der Website www.vertriebsansatz.de jederzeit und kostenlos angehört werden.

Zum Informieren

Andreas Buttler, Markus Keller

Einführung in die betriebliche Altersversorgung

Das Thema betriebliche Altersversorgung bleibt in Bewegung, denn Gesetzgeber, Finanzverwaltung und Rechtsprechung haben für zahlreiche Änderungen gesorgt, etwa, was die Förderung in Verbindung mit bestehenden Versicherungen betrifft. Mit der neunten Auflage des bAV-Standardwerks von Andreas Buttler und Markus Keller sind Makler aber schnell wieder auf dem aktuellsten Stand.

320 Seiten; ISBN: 978-3-96329-199-9; Preis: 55,00 Euro; Verlag Versicherungswirtschaft

Impressum
GoNews

Exklusive Zeitung der Gothaer für Vertriebspartner
Ausgabe Oktober 2019

Herausgeber:

Gothaer Versicherungsbank VVaG
Arnoldiplatz 1, 50969 Köln

Verantwortlich für den Herausgeber:

Ulrich Neumann, Leiter Partnervertrieb; Astrid Hemmersbach-Mathen, Presse und Unternehmenskommunikation

Konzeption und Umsetzung:

AEMEDIA, Hammerbrookstraße 93, 20097 Hamburg
www.ae-media.de

Chefredaktion:

Astrid Hemmersbach-Mathen (Gothaer, Presse und Unternehmenskommunikation),
Andreas Eckhoff (AEMEDIA)

Redaktion und Autoren:

Oliver Hardt (Fotoredaktion), Nina Schwarz,
Malte Säger, Alexander Siebert

Gestaltung:

Stephan Kuhlmann

Fotos und Grafiken:

iStock, privat, Gothaer

Druck: Melter Druck, Mühlacker

Die Cyber-Police der Gothaer –
das virtuelle Vorhängeschloss
für elektronisch gespeicherte
Unternehmensdaten.



KOOPERATIONEN

Prävention und Support: Wie die Gothaer ihre Kunden vor Cyber-Attacken schützt

Die Angst vor Hackerattacken auf die eigene Firma ist groß, doch gerade kleine und mittelständische Betriebe schützen sich nicht ausreichend vor den Risiken. Mit den Kooperationspartnern in der Cyber-Versicherung, Perseus und Infraforce, liefert die Gothaer diesen Firmen die Lösung für die Gefahr aus dem Netz: Prävention und schnelle Hilfe im Schadenfall.

Mit einem Mal war alles dunkel. „Innerhalb von nur wenigen Minuten sind alle unsere Computer ausgefallen“, erinnert sich Robert Fittinghoff. Kundendaten seiner Malerfirma konnte er nicht mehr aufrufen. Materialbestellungen oder Arbeitspläne? „Alles weg“, sagt der 55-Jährige. Ein Desaster.

Cyber-Attacke: Fast jede vierte Firma war schon mal betroffen

Fittinghoffs Familienbetrieb ist Opfer eines Hackerangriffs geworden. Über den Anhang einer E-Mail, getarnt als Bewerbung, angeklickt und aktiviert durch eine Angestellte, schleusten Kriminelle einen Trojaner ins System, der die Organisation der Firma zum Erliegen brachte. Eine Ausnahme – aber längst keine Ausnahme mehr. Fast jedes vierte kleine oder mittelständische Unternehmen ist schon einmal Opfer einer Hackerattacke geworden. Das hat die Forsa-Umfrage „Cyberisiken im Mittelstand 2019“ im Auftrag des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft ergeben. Trotzdem wird

die Gefahr aus dem Netz noch immer unterschätzt: Laut Gothaer KMU-Studie fürchten 43 Prozent der befragten Betriebe einen Hackerangriff, doch nur 13 Prozent besitzen eine Cyber-Versicherung.

Dabei bietet die Gothaer mit ihrer Lösung den idealen Rundumschutz, nicht nur finanziell, sondern vor allem auch durch besondere Services. Dank der Kooperationen mit den externen Dienstleistern Perseus und Infraforce profitieren Kunden durch gezielte Prävention auf der einen und schnellen IT-Support im Schadenfall auf der anderen Seite. „Durch unser Dienstleisternetzwerk helfen wir Kunden beim Thema Cyber-Kriminalität in allen Facetten“, sagt Tobias Treutlein, Underwriter aus dem Bereich Cyber der Gothaer.

Bei allem technischen Fortschritt ist der größte Risikofaktor auch im Bereich Cyber noch immer der Mensch. Laut Forsa-Umfrage gelangen zwei von drei Cyber-Attacken, wie beispielsweise im Fall der Firma Fittinghoff, über E-Mails, also beispielsweise durch das Öffnen fingierter Anhänge oder das Anklicken ominöser Links. Genau an der Stelle setzt das Berliner Cybersecurity-Unternehmen Perseus an. „Wir schulen Mitarbeiter und sorgen mit Hilfe diverser Tools für langfristigen Schutz“, sagt Vertriebschef Miroslav Mitrovic. „Über eine Online-Plattform haben sowohl der Chef als auch die Mitarbeiter

immer und überall Zugriff auf unseren Service“, erklärt Mitrovic.

Dieser Service erfolgt in fünf Schritten und beginnt mit einem Video-Training: In unserem Kundenportal können sich die Mitarbeiter Lehrvideos ansehen und ihr Wissen anschließend durch einen Fragebogen testen. In den Videos, die selten länger als drei Minuten dauern und jederzeit auch per Smartphone geöffnet werden können, erfahren die Mitarbeiter etwa, woran sie Cyber-Risiken erkennen oder wie sie sich im Notfall verhalten. Im nächsten Schritt können Angestellte und Arbeitgeber die Statistik der Fragebögen abrufen und erkennen, wie sicher der Betrieb schon ist.

Der Cyber-Werkzeugkasten, Schritt drei des Servicepakets, ermöglicht den Mitarbeitern Zugriff auf spezielle Tools wie den Passwortgenerator, mit dessen Hilfe besonders sichere Passwörter erstellt werden können, oder dem Malware-Scan, der verdächtige E-Mails auf Schadsoftware prüft. Im vierten Schritt sendet Perseus immer wieder selbst simulierte Phishingmails, also Betrugsnachrichten, an die Mitarbeiter, um das erlernte Wissen zu testen und deren Bewusstsein langfristig zu schärfen. Schritt fünf besteht aus einem Wissensmanagement, über das Perseus regelmäßig über Themen wie neue Hackermethoden informiert.

Wenn es Kriminellen trotzdem gelingt, die IT-Systeme einer Firma zu hacken, können die Betroffenen ebenfalls auf die Gothaer setzen. Dank der Kooperation mit Infraforce

ist schnelle Hilfe garantiert. „Wenn der Kunde glaubt, Opfer einer Cyber-Attacke zu sein, kann er jederzeit die Hotline anrufen“, sagt Christian Weber, Geschäftsführer der Infraforce, die die Gothaer teilweise bereits bei der Risikoaufnahme unterstützt.

Schnelle Hilfe über das Telefon – und notfalls auch vor Ort

Hinter den Kulissen untersuchen die Experten, wie schwer die Attacke wiegt. „Meist können wir schon am Telefon helfen“, sagt Weber. Zuletzt sei es zum Beispiel immer häufiger vorgekommen, dass Erpresser Daten verschlüsseln und gegen Lösegeld wieder freigeben. „Wenn wir den entsprechenden Trojaner kennen, können wir die Daten auch aus der Ferne wieder entschlüsseln“, erklärt der Experte. „Im Notfall rückt unser Team auch aus und hilft vor Ort“, sagt Weber. Das sei aber glücklicherweise eher selten der Fall.



„Innerhalb von nur wenigen Minuten sind alle unsere Computer ausgefallen.“

Robert Fittinghoff, Unternehmer



Starkes Schild, scharfes Schwert gegen Cyber-Attacken: Dank der Kooperationen mit Perseus und Infraforce sind Gothaer-Kunden vor der Gefahr aus dem Netz geschützt.