



Große Sorgen durch die Stolpersteine der EU: Julie Schellack.

Foto: Martens & Prah!

„In Brüssel fehlt das Verständnis für die Individualität unseres Marktes“

Julie Schellack, Partnerin bei Martens & Prah!, über Fehler bei der Regulierung

Mit 850 Mitarbeitern für die Bereiche der industriellen, gewerblichen und privaten Versicherungen in mehr als 70 mittelständisch geprägten Partnerunternehmen in ganz Deutschland und zahlreichen Vertriebspartnern zählt Martens & Prah! zu den fünf größten Versicherungsmaklern in Deutschland. Schwerpunkte sind das Industrie- und Gewerbegeschäft (Industriepolice/Business Cover). Das Unternehmen gehört zu den letzten großen Versicherungsmaklern, die noch als unabhängiges Familienunternehmen bestehen. Die Partner sind freie Unternehmer unter dem Dach der Gruppe. Die in Lübeck ansässige Holding versteht sich als Dienstleister für die Partner.

Versicherungswirtschaft: Warum glauben Sie, dass Martens & Prah! eine Sonderstellung am deutschen Markt einnimmt?

Julie Schellack: Wir haben in der Martens & Prah! Gruppe Partner-Unternehmen, die operativ in den unterschiedlichsten Bereichen unterwegs sind. Dazu gehören klassische Makler, die den mittelständischen Unternehmer rundum betreuen oder auch Spezialisten, zum Beispiel für die Oldtimer-Versicherung, Schiffe oder Kreditversicherungen. Von Privatversicherungen bis hin zu Industrieversicherungen betreuen wir alles. Das besondere an unserer Gruppe ist, dass die Partnerfirmen als freie Unternehmer unter dem schützenden Dach der Gruppe agieren können. Sie nutzen die Individualität vor Ort, ihre Stärke als Unternehmer und zugleich die Größe der Gruppe. Das bietet viel Flexibilität und Kreativität. Die Gruppe steht unterstützend unter anderem mit Fachwissen oder Personalkapazitäten zur Verfügung.

Die Vertriebsstimmung bei Maklern ist auch in diesem Jahr nicht unbedingt von Optimismus geprägt. Sind auch Sie im Stimmungstief?

► Nicht wirklich. Das gesamte Umfeld wird jedoch durch die Regulierungswut des Gesetzgebers schwieriger. Nicht besonders glücklich erscheint mir auch, dass einige wenige Branchenteilnehmer negativ in der Presse auffallen. Und aus dem Bankensektor schwappt Einiges rüber, was auch für unser Geschäftsumfeld nicht hilfreich ist. In der Sachversicherung sind wir aber guter Dinge. Wir betreuen unsere Kunden sehr aktiv und individuell und können daher auf die Bedürfnisse vor Ort eingehen.

Wo sehen Sie den Schwerpunkt des Geschäfts in 2013?

► Vor allem die Bestandsbetreuung unserer Mittelstandskunden ist von je her ein

wesentlicher Schwerpunkt, nicht nur in diesem Jahr. Dabei geht es darum, Verträge zu sichern, schwere Sanierungen zu vermeiden, die uns belasten können und Hilfen bei technokratischen Problemen anzubieten. Große Sorgen bereiten uns all die Stolpersteine, die von der EU kommen. In Brüssel fehlt teilweise das Verständnis für die Individualität unseres Marktes und die heute schon ausgefüllte Rolle des Maklers aufseiten des Kunden.

Makler gewinnen in der gewerblichen Sachversicherung als Vertriebskanal im Firmengeschäft an Bedeutung. Was sind dafür die Gründe?

► Wenn ich meine Firma, mein Eigentum, gut versichert haben will, dann stellt sich zunächst die Frage, gehe ich zum Versicherer direkt oder nutze ich vielmehr das Know-how eines Maklers? Letzterer bringt dem Kunden Mehrwert. Der Makler kann individuell die Policen anpassen, er kennt den Markt und weiß, welche Klauseln möglicherweise in dem Bedingungswerk eines Versicherers fehlen, aber besonders wichtig sind. Da das Verständnis für den Nutzen einer solchen Betreuung wächst, sehe ich uns im Markt gut aufgestellt.

Bei welchen Gewerbeversicherungen werden schwerpunktmäßig die meisten Abschlüsse getätigt?

► Unser Schwerpunkt liegt im gesamten Sachversicherungsbereich, vor allem für den Mittelstand. Dieser bringt 80 bis 90 Prozent unserer Umsätze. Lebensversicherung und Betriebliche Altersvorsorge befinden sich im Umbruch. Kaum ein Marktteilnehmer dürfte an diesen Sparten zurzeit großen Spaß haben.

Wie preissensibel sind Gewerbetunden, werden aus Preisgründen Versicherungsabschlüsse vernachlässigt?

► Ich befürchte schon. Wenn wir allerdings den Kunden die existenzielle Notwendigkeit nahe bringen können, steigt die Abschlussbereitschaft. Es gibt aber Branchen, die sich sehr schwer tun. Das Transportgewerbe ist beispielsweise sehr preissensibel, da wird es manchmal etwas schwieriger.

„Business Cover“ ist eines Ihrer Geschäftsmodelle. Sind Unternehmen beim Versicherungsschutz knausriger geworden?

► Ich glaube schon. Vielleicht brauchen die Firmen aber auch vor Vertragsabschluss mehr Zeit, um zu verstehen, warum sie diese oder jene Versicherung benötigen, und warum gewisse Dinge Geld kosten, bzw. wo die Risiken liegen.

Scheuen Gewerbetunden die vielen Risikofragen der Versicherer?

► Ja natürlich, die Abfragen sind vor allem gesteuert durch neue Gesetzesvorgaben und Urteile. Wenn Kunden das in Begleitung unserer fachlichen Beratung beantworten, erleben wir Verständnis dafür. Wenig Verständnis haben die Unternehmen, wenn sie sich zu oft und zu regelmäßig mit gleichlautenden Fragen auseinandersetzen müssen. Darunter leidet die Genauigkeit bei der Beantwortung.

Sollen die Lebensversicherer an der Garantieverzinsung festhalten?

► Das war für viele Kunden ein wichtiges Kaufargument. Inzwischen haben wir es mit sinkenden Zinsen zu tun. Wenn ich mir die Langfristverzinsung anschau, wird mir angst und bange. Einige Lebensversicherer haben da schon ihre Probleme. Ich muss als Makler dem Kunden immer auseinandersetzen, was für ihn wichtig ist: auf der einen Seite natürlich der Erhalt der Garantieverzinsung und auf der anderen Seite die Frage, ob die angekündigten Erträge auch wirklich gezahlt werden können. Mir hilft es wenig, wenn ich von der Gesellschaft tolle Erträge dargestellt bekomme, und die Ertragsprognose dann doch nicht zutrifft.

Ein großer Lebensversicherer hat den Verkauf klassischer Lebensversicherungen eingestellt. Andere denken darüber nach. Was halten Sie davon?

► Im Grundsatz finde ich es unglücklich, wenn ein Versicherer sich aus einem Geschäftsfeld vollständig zurückzieht. Wenn es aber keinen anderen Weg gibt, dann ist es besser, damit ehrlich umzugehen als krampfhaft weiterzumachen. Halbseidene Versprechungen helfen niemand. Das gilt übrigens auch für Angebote im Sachbereich. Ich möchte keine Abwehrangebote, sondern klare Aussagen, die nachvollziehbar sind. Unter Umständen dann lieber ein offenes: „Nein, das zeichnen wir nicht.“

Julie Schellack

Jahrgang 1970, war nach Ausbildung zur Bankkauffrau und dem Abschluss des Jurastudiums in Freiburg als Richterin in Potsdam tätig. 2003 wechselte sie in die Geschäftsführung von Martens & Prahll nach Lübeck. Berufsbegleitend studierte sie Versicherungsrecht in Hamburg und bildete sich zum Fachanwalt für Versicherungsrecht fort.

Wachstumsmarkt bAV. Sehen Sie eine Sättigung oder Abschlusschancen, wie überzeugen Sie Arbeitgeber, die an die Kosten denken?

► BAV ist noch immer ein Wachstumsmarkt, der große Potenziale bietet. Problematisch ist aber die Frage, wie ich das extrem komplizierte Thema an meine Kunden heranbringen kann, zunächst an den Arbeitgeber und dann an seine Beschäftigten. Das bedeutet eine intensive und individuelle, sehr haftungsbelastete Beratung. Das ist nur zu leisten, wenn auch die Vergütung stimmt. Arbeitgeberseitig werden bAV und weitere Zusatzleistungen immer mehr zum Entscheidungskriterium für neue, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

„Wir brauchen keine britischen Verhältnisse, sodass sich nur noch obere Schichten Beratung leisten.“

Warum bieten Ihrer Meinung nach erst wenige Unternehmen Betriebliche Krankenversicherungen für Ihre Mitarbeiter an?

► Vielen Arbeitgebern ist noch nicht klar geworden, dass dies ein wesentlicher Baustein für Mitarbeiterbindung sein kann. Gruppenlösungen sind fast immer besser und preisgünstiger als individuelle. Das macht die Attraktivität der Angebote aus. Als Arbeitnehmer werde ich sicher in Zukunft auf solche Angebote stärker Wert legen.

Macht Ihnen das Internet bei Versicherungsabschlüssen zu schaffen?

► Nicht wirklich, wir müssen uns darauf eher bei Massenprodukten einstellen, dies beobachten und im Blick behalten. Viele Kunden informieren sich im Internet, schließen aber im Zweifelsfall lieber bei jemanden ab, dem sie in die Augen schauen können, vor allem, wenn es kompliziert wird. Für Unternehmenspolicen gibt es bisher keine echten Lösungen im Internet, das kriege ich im Netz kaum dargestellt. Es gibt bereits heute Maklerkollegen in unserer Gruppe, die auch im Internet aktiv sind, zum Beispiel bei Au-Pair-Versicherungen, Auslandsreise-Krankenversicherungen, also Massenpolicen eben.

Das Thema Honorarberatung gewinnt an Fahrt. Werden verprovisionierte Versicherungen bald der Vergangenheit angehören?

► In großen Firmenbereichen kommt dafür von mir ein deutliches Ja, im Privatkundensektor tut sich niemand damit einen Gefallen. Wir brauchen keine britischen Verhältnisse, so dass sich nur noch obere Bevölkerungsschichten fachkundige Beratung leisten, weil sie Honorar bezahlen können. Im Unternehmensbereich sollten sich alle darauf einstellen, ich gebe unseren Maklern z.B. die Empfehlung, den zeitlichen Aufwand beim

Kunden aus Dokumentationszwecken aufzuschreiben und sich nicht unter Wert zu verkaufen. Im Ergebnis kann dabei sogar herauskommen, dass das Honorar bei gleichem Aufwand höher als die Courtage ausfällt. Einige Partner-Unternehmen im industriellen Bereich beraten auf Honorarbasis. Leider macht sich ein Trend bemerkbar, bei dem sich Makler untereinander keinen Gefallen tun. Das Honorar wird zum Wettbewerbsfaktor, indem unter Preis beraten wird, oder anders ausgedrückt, sich ein Makler unter Wert verkauft. Das wird auf Dauer nicht gut gehen.

Der Maklermarkt kämpft gegen Überalterung. Haben Sie Konzepte, um Nachwuchs zu generieren?

► Wir haben dazu einige Konzepte. Das ist eines unserer Hauptthemen, die uns aktuell umtreiben. Bei uns arbeiten zahlreiche junge Leute, die sehr aktiv sind. Wir versuchen unser Unternehmen für die Nachwuchsförderung positiv zu platzieren, wie zum Beispiel zuletzt mit dem Relaunch unserer neuen CI, mit dem wir das Zusammenhaltgefühl als großes Unternehmen stärken wollen – als Unternehmen das viele Möglichkeiten für

Individualität und Freiheiten zulässt. Wir haben speziell eine qualifizierte Mitarbeiterin eingestellt, die für Aus- und Fortbildung verantwortlich ist.

„Ein zunehmend kompliziertes Schadenregulierungsverhalten erschwert das Miteinander“, formulierte ein Konkurrent am Markt. Stimmen Sie dem zu?

► Das sehe ich ähnlich. In den Schadenabteilungen der Versicherer wird nach meinem Gefühl teilweise erfolgsbezogen bezahlt. Hinzu kommt die Gesetzesänderung mit der Möglichkeit einer Quotelung. Wenn ich als Versicherer die Entscheidung zu treffen habe, alles oder nichts, dann überlege ich mir schon sehr genau, ob ich ganz ablehne, oder doch zahle. Heute bekomme ich praktisch kaum eine Schadenregulierung mehr ohne Kürzung durch. Es kommt mir manchmal so vor wie auf dem Basar. Auch das sollte ein Grund für den Kunden sein, den Makler einzuschalten, weil er dann einen fachkundigen Helfer zur Seite hat, der seine Position stärkt.

Halten Sie den Verbraucherschutz in Deutschland für überreguliert?

► Der Verbraucherschutz in Deutschland ist aus meiner Sicht sehr gut. Die Politik schaut allerdings zu misstrauisch auf unsere Branche. Wir tun schon jetzt viel Gutes für die Verbraucher. Die Regulierungsansätze greifen an der falschen Stelle. Es fehlt oftmals das Verständnis für die Rolle des Versicherungsmaklers als Anwalt seiner Kunden. Ich weiß natürlich auch, dass es für die Politik nicht einfach ist zu beobachten, was wir machen, insbesondere nach den Exzessen der Branche, die durch die Presse gegangen sind.

„Die Politik schaut zu misstrauisch auf unsere Branche.“

Der GDV hat einen Verhaltenskodex für Vertriebe herausgegeben. Ist das ausreichend, um schwarze Schafe zu identifizieren?

► Das ist ein guter Ansatz, um sich überhaupt zu positionieren. Das kann aber nur der Anfang sein. Man braucht immer auch ein Sanktionierungssystem, um zu handeln, wenn jemand gegen den Kodex verstößt.

Das Interview führte Wolfgang Otte ■

„Provisionsabgabeverbot nicht auf der Tagesordnung“

Bafin sieht keinen akuten Handlungsbedarf

Der Fortbestand des Provisionsabgabeverbots bei Versicherungsvermittlern bleibt weiter in der Schwebe. Dieses Thema habe derzeit bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (Bafin) keine Priorität, verlautete es aus hochrangigen Kreisen der Aufsichtsbehörde.

Offiziell heißt es, nach Auswertung des im Frühjahr vergangenen Jahres gestarteten Konsultationsverfahrens, es lägen „keine zwingenden Gründe“ vor, diese Verbotsnorm aufzuheben. Einer höchstrichterlichen Entscheidung war die Bafin aus dem Weg gegangen, nachdem in einem Einzelfall von einem Frankfurter Gericht die Weitergabe von Provisionen nicht beanstandet worden war.

Seither herrscht Rechtsunsicherheit. Bei den mit der Sache befassten Bafin-Kreisen hieß es: „Das Thema Provisionsabgabeverbot steht derzeit nicht auf der Tagesordnung.“ Allerdings könnte sich die Situation ändern, wenn sich auf europäischer Ebene klare Konturen bei der neuen Vermittlerrichtlinie (IMD II)

abzeichnen. Die im Konsultationsverfahren eingeholten Stellungnahmen hätten deutlich gemacht, dass sowohl Befürworter des Provisionsabgabeverbots als auch die Gegner jeweils Verbraucherinteressen für die Rechtfertigung ihrer Interessen ins Feld geführt hätten, erklärte eine Bafin-Sprecherin gegenüber der *Versicherungswirtschaft*.

Aufweichung des Verbots durch die Honorarberatung

„Die Bafin kam nach Auswertung der Stellungnahmen und der rechtlichen Prüfung zu dem Ergebnis, dass es zumindest keine zwingenden Gründe dafür gibt, die Vertragsnorm aufzuheben“, sagte die Sprecherin weiter. Sollte sie jedoch weiter Bestand haben, müsste sie, auch unter Berücksichtigung des Urteils des Verwaltungsgerichts Frankfurt modifiziert werden.

Alternativ dazu käme in Betracht, die Norm vollständig oder teilweise aufzuheben. In Abstimmung mit dem Bundesministerium der Finanzen (BMF) sei ein zweites Konsultationsverfahren

geplant. Der Zeitpunkt sei aber noch offen, sagte die Bafin-Sprecherin. Der Bundestag hat jetzt das neue Gesetz zur Honoraranlagenberatung beschlossen. Danach muss ein Honorarberater, wenn er für seinen Kunden kein geeigneteres Netto-Produkt findet, die Provisionen unmittelbar an den Kunden weiterleiten.

Hier sehen der Bundesverband der Deutschen Versicherungskaufleute (BVK) aber auch der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) in Bezug auf das Provisionsabgabeverbot erste Aufweichungstendenzen, die auch auf den Versicherungsbereich übergreifen könnten.

Bei der Weitergabe von Provisionen führt das im Übrigen beim Kunden zur Steuerpflicht, wie die *Versicherungswirtschaft* weiter erfuhr. Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) hat sich klar für den Erhalt des Provisionsabgabeverbots ausgesprochen und entsprechend eine Neuregelung im Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) vorgeschlagen. **brs** ■