HAUSZEITUNG | AUSGABE 05-2013

SDV
SERVICEPARTNER DER VERSICHERUNGSMAKLER AG

SZENE DER VERSICHERUNGSMAKLER

Think now, think SDV!

IM INTERVIEW
Stefan Eisenmann: Bestehende Dienstleistung kontinuierlich optimieren

Seite 24

ZEITSTRAHL
Winterwettwerb 2012 – Azubis bestehen Prüfung – Rhetorik-Seminare

Seite 20

WETTBEWERB
Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister 2013

Seite 28

Seite 06

PFLEGE-BAHR
Staatliche Förderung der Pflegezusatzversicherung

LIEBE LESERINNEN UND LESER!

Das erste Quartal des Jahres liegt bereits hinter uns. Für die inzwischen fünfte Ausgabe der Hauszeitung haben wir den staatlich geförderten Pflege-Bahr als Titelthema aufgegriffen.

Anhand einer Übersicht möchten wir Ihnen das Konzept des neuen Pflege-Bahrs näherbringen und Ihnen aufzeigen, wie Sie diesen in Ihr persönliches Produktportfolio aufnehmen können. Zum optimalen »Rundumschutz« Ihres Kunden im Bereich Pflegezusatzversicherung haben wir für Sie, ergänzend zum Pflege-Bahr, auch eine Auflistung aller Krankenzusatzbausteine erarbeitet. So erfahren Sie, wie Sie hier Ihren Kunden im Bereich der Krankenversicherung optimal beraten können.

Des Weiteren sind auch viele Neuigkeiten und Information von und aus der SDV AG sowie viele Fachbeiträge und Produktvorstellungen von unseren Maklerbetreuern und Premiumgesellschaften in dieser Ausgabe zu finden.

Ganz besonders freuen wir uns auch über den Platz unter den besten 50 bei **»Deutschlands kundenorientiertesten Dienstleistern 2013«.** Die Ausschreibung ist seit 2006 als führender Wettbewerb für Unternehmen aller Branchen etabliert und wird vom Handelsblatt in Kooperation mit der Universität St. Gallen durchgeführt.

Viel Spaß beim Lesen dieser neuen Ausgabe.

Ihr Armin Christofori
Sprecher des Vorstandes
Herausgeber »Szene der Versicherungmakler«

INHALTSVERZEICHNIS

MITTENDRIN
Neuordnung innerhalb der SDV AG ..... Seite 04

UNSER TITELTHEMA
Pflege-Bahr – Staatliche Förderung der Pflegezusatzversicherung ..... **Seite 06**

ZUSATZLEISTUNGEN
Rundumsorglos-Paket / Ein Überblick über das Leistungsspektrum ..... Seite 14

EIN WEITERES KEY-HIGHLIGHT DER SDV AG
Der neue Makler-Kunden-Newsletter ..... Seite 16

HANSE MERKUR
Einfach mehr Werte für Ihre Kunden ..... Seite 18

ZEITSTRAHL
Informatives aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft ..... Seite 20

MANNHEIMER
Die Mannheimer kann Zielgruppen. Sie sagen welche. ..... Seite 22

REIHE: IM INTERVIEW
Leiter Maklervertrieb Südwest / West, Stefan Eisenmann ..... **Seite 24**

RECHT & HAFTUNG
Reicht die Bestätigung des Anlegers im Zeichnungsschein
zum Nachweis des Erhalts des Verkaufsprospektes aus? ..... Seite 26

WETTBEWERB
Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister 2013 ..... **Seite 28**

AUFRUF: LESERBRIEFE | IMPRESSUM
Werden Sie aktiv! ..... Seite 31

NEUORDNUNG INNERHALB DER SDV AG

Aller guten Dinge sind drei!

Seit 1. Januar 2013 läuft die Gesamtverantwortung und Organisation der SDV AG nun durch die Hände dreier Personen:

Armin Christofori, Gerhard Lippert und Thomas Müller.

Gerhard Lippert und Thomas Müller sind seit der Gründungsphase der SDV AG mit an Bord und prägend für die Entstehungsgeschichte der SDV AG. Der Aufsichtsrat der Signal Iduna ist der Empfehlung gefolgt und hat beide Mitarbeiter, aufgrund ihrer weit über das normale Maß hinausreichende Engagement, zum Vorstand berufen. Die Interessen des Vorstandes werden durch den Sprecher des Vorstandes, Armin Christofori, vertreten. In seinem Ressort liegen unter anderem die Bereiche Unternehmenssteuerung, Finanzen und Konzernangelegenheiten. Gerhard Lippert ist für den Vertrieb und Thomas Müller für den Betrieb und IT verantwortlich.

Wir alle gratulieren den beiden neuen Vorständen ganz herzlich und wünschen bestes Gelingen!

Gerhard Lippert, Armin Christofori (Sprecher des Vorstandes) und Thomas Müller (von links nach rechts).

Es ist Zeit, auf reale Erträge zu bauen

Mit Congenial real in Sachwerte investieren

Altersvorsorge mit dem Ziel Inflationsschutz und Wertbeständigkeit

- Individuelle Sachwertstrategie durch Kombination von bis zu zehn sachwertorientierten Fonds
- Breites Spektrum an Sachwerten wie Substanzaktien, Rohstoffe, Gold, Immobilienaktien, inflationsgeschützte Anleihen, Wandelanleihen, Waldinvestments etc.
- Schon ab 20 Euro monatlich oder ab 2.500 Euro Einmalbeitrag möglich

In allen fondsgebundenen Tarifen der privaten und betrieblichen Altersvorsorge wählbar!

Informieren Sie sich jetzt!
www.condor-versicherungen.de/congenial-real oder unter (040) 3 61 39 - 660

CONDOR
VERSICHERUNGEN

Mit uns haben Ihre Kunden Zeit fürs Wesentliche.

ARAG

Die ARAG hält Ihren Kunden den Rücken frei, damit sie ein aktives und unbeschwertes Leben führen können. Wir bieten Ihnen als Vermittler individuell gestaltbare Produkte und besten Service rund um Recht und Absicherung, Gesundheit und Vorsorge Ihrer Kunden.

Ihre Maklerbetreuer vor Ort stehen Ihnen dabei gern zur Seite:

ARAG Krankenversicherung
Christine Lapsien
Christine.Lapsien@ARAG.de

ARAG Rechtsschutzversicherung
Roger Endraß
Roger.Endrass@ARAG.de

ARAG Lebensversicherung
Alfred Piehler
Alfred.Piehler@ARAG.de

Zusätzlich unterstützt Sie das Team Sales&Support Montags bis Freitags, 8.00 bis 18.00 Uhr, bei der Erstellung von persönlichen Vorsorgevorschlägen und Fragen rund um die ARAG Produktwelt: **Team Sales&Support, Makler Sales Competence,** Tel: +49 (0)211 963-45 45, Fax: +49 (0)211 963-45 77, email: msc@ARAG.de, web: www.ARAG-Partnervertrieb.de

Eine frühzeitige Absicherung bedeutet im Pflegefall eine große Entlastung für alle Betroffenen.

PFLEGE-BAHR

Staatliche Förderung der Pflegezusatzversicherung

»Seien Sie zur richtigen Zeit am richtigen Ort!«

»Pflegefall – es kann jeden treffen.«

Ob Krankheit oder Unfall – Vieles kann zu einem Pflegefall führen. Mehr als zwei Millionen Menschen gelten in Deutschland derzeit als pflegebedürftig, davon sind über 300 000 Personen unter 60 Jahre alt. Pflegebedürftigkeit kann jeden treffen – aber es ist einfach, sich frühzeitig abzusichern.

Man kann sich nicht früh genug mit dem Thema Pflege bzw. Pflegeversicherung auseinandersetzen. Der Abschluss einer Pflegezusatzversicherung in jungen Jahren kann den Lebensstandard bis ins Alter sichern. Und Sport-, Verkehrs- oder Haushaltsunfälle passieren ganz plötzlich. Die Folgen sind oft unabsehbar. Die meisten Angehörigen entscheiden sich dann dafür, ihre Liebsten zu Hause zu versorgen. Das ist gut gemeint, aber mit dieser Dauerbelastung sind Viele schnell überfordert – physisch, psychisch und auch finanziell. Ein häuslicher Pflegedienst kann hier entlasten, wird aber von der gesetzlichen Pflegepflichtversicherung nur zum Teil getragen. Auch bei

einer stationären Pflege werden nicht alle Kosten übernommen und es verbleiben erhebliche Eigenbeteiligungen. Die Bundesregierung möchte die Absicherung des Pflegekostenrisikos vorantreiben und künftig die Eigenvorsorge besser unterstützen. Aus diesem Grund gibt es seit 2013 die neue Pflege-Bahr-Förderung. Mit einem Zuschuss von fünf Euro im Monat und Absicherung ohne Gesundheitsprüfung möchte die Regierung zum Abschluss einer geförderten privaten Pflegetagegeld-Versicherung animieren.

In dem Bereich der Pflegeversicherung ist vorausschauender und eigenverantwortlicher zu agieren. Das durch Gesundheitsminister Daniel Bahr politisch gesetzte Signal soll stärker für das Pflegerisiko sensibilisieren und die Bereitschaft zu privater Pflegevorsorge erhöhen. Reinhold Schulte, Vorsitzender des Verbandes der Privaten Krankenversicherung, spricht hier bei der geförderten Pflegevorsorge von einer historischen Weichenstellung. Im Pflegefall droht eine dramatische Versorgungslücke. Deshalb haben Sie als private Versicherungsvermittler bereits heute eine Beratungspflicht!

DURCHSCHNITTLICHE PFLEGEKOSTEN IN BAYERN

Pflegestufe I

Kosten im Durchschnitt	2 438,– Euro
(variabel, je nach Pflegeheim/vollstationär)	
Gesetzliche Pflegeversicherung leistet:	1 023,– Euro
Eigenanteil Pflegestufe I =	**1 415,– Euro**

Pflegestufe II

Kosten im Durchschnitt	2 818,– Euro
(variabel, je nach Pflegeheim)	
Gesetzliche Pflegeversicherung leistet:	1 279,– Euro
Eigenanteil Pflegestufe II =	**1 539,– Euro**

Pflegestufe III

Kosten im Durchschnitt	3 098,– Euro
(variabel, je nach Pflegeheim)	
Gesetzliche Pflegeversicherung leistet:	1 550,– Euro
Eigenanteil Pflegestufe III =	**1 548,– Euro**

Information: Auf der Seite der AOK, http://www.aok-pflegeheimnavigator.de, können Sie die Kosten für ein Pflegeheim in Ihrer Nähe errechnen.

WIE VIELE PFLEGESTUFEN GIBT ES?

Pflegestufe I
= erheblich pflegebedürftig; mindestens einmal täglich Hilfe bei Körperpflege, Ernährung; Mobilitätseinschränkung, wenigstens zwei Verrichtungen (Ankleiden, Nahrungsaufnahme) / mindestens 90 Minuten pro Tag.

Pflegestufe II
= Schwerpflegebedürftig; mindestens dreimal täglich zu verschiedenen Tageszeiten pflegerische Hilfen / mindestens drei Stunden pro Tag.

Pflegestufe III
= Schwerstpflegebedürftig; benötigt rund um die Uhr, auch nachts, pflegerische Hilfen / mindestens fünf Stunden pro Tag.

Und *neu* ist Pflegestufe 0
= Pflegestufe – Demenzleistungen

Härtefallregelung gem. § 43 (3) SGB XI
In besonderen Ausnahmefällen kann die Härtefallregelung zur Vermeidung von Härten angewendet werden, wenn ein außergewöhnlich hoher und intensiver Pflegeaufwand erforderlich ist, der das übliche Maß der Pflegestufe III weit überschreitet. Die Ausnahmeregelung darf maximal für fünf Prozent aller Pflegefälle der Pflegestufe III angewendet werden.

Grundsätze der Leistungspflicht
Gemäß § 1601 ff. BGB sind Verwandte gerader Linie verpflichtet, einander Unterhalt zu gewähren. Als Verwandte in gerader Linie bezeichnet man Ehepartner und eigene Kinder.

Die gesetzliche Pflegeversicherung leistet monatlich:

STUFE	PFLEGEGELD (durch Laienpflege)	TEILSTATIONÄR (durch Pflegedienst / Sozialstation)	VOLLSTATIONÄR (Unterbringung in einem Pflegeheim)
I	235 EUR	450 EUR	1 023 EUR
II	440 EUR	1 100 EUR	1 279 EUR
III	700 EUR	1 550 EUR	1 550 EUR

WARUM PFLEGE-BAHR?

Experten schätzen, dass aufgrund des demografischen Wandels im Jahr 2050 rund vier Millionen Pflegebedürftige in Pflegeheimen oder von Laien gepflegt werden müssen. Derzeit werden ca. 2,3 Millionen Pflegebedürftige dem Pflegesystem zugeordnet. Wer Pflegebedürftig wird, kann die hohen Sachleistungen für eine ambulante oder stationäre Pflege nur selten aus eigenem Einkommen finanzieren.

Außerdem ist durch die sehr strikten Aufnahmekriterien der »normalen« Pflegetagegeld-Versicherungen eine zusätzliche Pflegezusatzversicherung nicht für jeden erkrankten Kunden ohne Weiteres möglich oder überhaupt abschließbar.

Glücklich im Alter – ohne finanzielle Sorgen.

WICHTIGES ZUM PFLEGE-BAHR

Für die spezielle private Pflegetagegeld-Versicherung ist mit einer staatlichen Förderung von jährlich 60 Euro zu rechnen. Voraussetzung für die Pflege-Förderrente ist der Eigenanteil von mindestens zehn Euro Monatsbeitrag (nach Abzug der staatlichen Förderung). Zudem darf der zu Versichernde zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses nicht pflegebedürftig sein.

Der Pflege-Bahr ist unabhängig von Einkommen und der bestehenden Krankenversicherung (privat oder gesetzlich). Des Weiteren gibt es hier weder ein Alterslimit noch eine Gesundheitsprüfung. Es besteht ein Kontrahierungszwang, d. h. auch wenn der Kunde bei einer Pflegeversicherung bereits abgelehnt wurde, kann er den Pflege-Bahr trotzdem abschließen. Allerdings beinhaltet das Pflege-Bahr-Produkt eine Wartezeit von fünf Jahren. Das bedeutet, dass ein Leistungsanspruch erst nach dieser Karenzzeit besteht. Das Produkt weist keine Portabilität auf – der Vertrag ist nicht auf Dritte übertragbar. Das bedeutet, es gibt keinen Übertragungswert bei Wechsel zu einem anderen Versicherer. Damit erfolgt bei einem Wechsel eine Neueinstufung zum aktuellen Eintrittsalter.

Ein späterere Wechsel aus »normalen / bisherigen« Pflegezusatztarifen in den Pflege-Bahr ist nicht gleichartig im Sinne des § 204 VVG. Damit entsteht ein Verlust der bisherigen Alterungsrückstellungen. Dies gilt auch umgekehrt.

MARKTEINHEITLICHE MERKMALE AUF EINEN BLICK

Vertragsform:
Förderung für Pflegetagegeldtarif, nicht nach Pflegekostentarif.

Mindestvertragsleistungen:
Im Pflegefall muss mindestens ab Stufe III eine monatliche Zahlung von 600 Euro vereinbart sein! Die Pflegeförderung kann jeder bekommen – unabhängig vom Einkommen und egal, ob privat oder gesetzlich krankenversichert.

Dynamik:
Die Versicherungsleistungen dürfen die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses geltende Höhe der Leistungen nach dem Elften Buch Sozialgesetzbuch (SGB XI) nicht überschreiten. Eine Dynamisierung bis zur Höhe der allgemeinen Inflationsrate ist zulässig. In der Regel sind das alle drei Jahre fünf Prozent (Maximalhöhe ist die durchschnittliche Inflationsrate). Zwischen dem 20. und dem 70. Lebensjahr wird das Pflegegeld und der Beitrag dynamisch erhöht. Im Leistungsfall stoppt die Dynamik für die Beiträge und das Pflegegeld.

Pflegestufen:
Die Pflegestufen I bis III sowie die neue Pflegestufe 0 für Demenzleistungen (Pflegestufe 0 = zehn Prozent der vereinbarten Tagegeldhöhe) sind versichert.

Wartezeiten:
Wartezeiten von fünf Jahren (ab technischem Versicherungsbeginn), Leistungspflicht daher erst nach Ablauf der Wartezeiten.

Kontrahierungszwang (Aufnahmezwang):
Es besteht ein Aufnahmezwang unabhängig von Alter und Gesundheitszustand, die Pflege-Bahr-Versicherungen sehen für die Aufnahme weder ein Alterslimit, noch eine Gesundheitsprüfung vor. Die Versicherungen dürfen somit niemanden ablehnen wegen eines zu hohen Alters oder wegen Vorerkrankungen. Ausgenommen sind bereits Pflegebedürftige.
Aus diesem Grund kann der Pflege-Bahr teurer als die bisherigen Pflegetagegelder sein, da hier Risikozuschläge und Sicherheitsaufschläge für folgende Erkrankungen bereits einkalkuliert werden: Hirntumor, Parkinson-Krankheit, Multiple Sklerose, amyotrophe Lateralsklerose, Schlaganfall, Chorea Huntington, Creutzfeld Jakob, HIV-Infektion, Krebs, Niereninsuffizienz, Diabetes mellitus Typ I, Leberzirrhose, Mucoviszidose, Herzinfarkt, Behinderte, akut Erkrankte.

Bestimmung der Beiträge:
Die Prämienhöhe wird, wie bei den bisherigen Pflegetagegeldtarifen, nach dem Alter bei Vertragsbeginn ermittelt. Je älter der Versicherte bei Abschluss ist, desto teurer sind die Beiträge. Da bis zu Einführung des Pflege-Bahr in allen Versicherungssparten die sogenannten Unisex-Tarife greifen, zahlen Männer und Frauen identische Prämien. Die Förderung wird direkt von den Versicherungsgesellschaften beim Staat eingezogen, das bedeutet, der Kunde bezahlt nur seinen Teil des Beitrags.

Mindestbeitrag:
Beim Pflege-Bahr besteht ein Mindestgesamtbeitrag von 15 Euro, um die monatliche Förderung zu bekommen. Liegt der Beitrag unter 15 Euro und damit abzüglich der Förderung von fünf Euro unter zehn Euro, so erhält der Kunde keine staatliche Förderung. Dieser Mindestbeitrag ist bei Erwachsenen daher in so gut wie allen Fällen überschritten.
Bei Jugendlichen und Kindern sollte diese Faustformel von 15 Euro jedoch beachtet werden!

Worauf Sie bei Ihrer Beratung eines Pflege-Bahr-Produktes achten sollten:

- fünf Jahre Wartezeit
- 60 Euro jährliche Förderung
- Leistungen in Pflegestufe III höher als 600 Euro
- Kontrahierungszwang
- Monatsbeitrag wird abzüglich der staatlichen Förderung abgebucht

HIER EINE ÜBERSICHT EINIGER GESELLSCHAFTEN, DIE DEN PFLEGE-BAHR ANBIETEN:

Allianz

Pflege-Bahr PZTG02 – Antragsabschluss

SIGNAL IDUNA

Pflege-Bahr sowie Pflege-Bahr PLUS – Antragsabschluss und Onlineabschluss möglich!

Barmenia Versicherungen

Deutsche-Förder-Pflege – Onlineabschluss möglich!

ERGO

Pflege-Bahr sowie Pflege-Bahr »KFP« – Antragsabschluss

Deutscher Ring Krankenversicherungsverein a.G.

Pflege-Bahr sowie Pflege-Bahr PLUS – Antragsabschluss

SDK

Pflegeprivat-Fördertarif PZ sowie PS Ergänzung – Antragsabschluss

PRODUKTDIFFERENZIERUNG PFLEGE-BAHR UND PFLEGE-BAHR PLUS

PFLEGE-BAHR / LEISTUNGEN	STUFE I	STUFE II	STUFE III
1. bis 5. Jahr	–	–	–
ab 6. Jahr	30 %	70 %	100 %
Leistung bei Demenz	10 %, wenn keine Pflegestufe besteht		
Wartezeit	5 Jahre (Entfall bei Unfall)		
Risikoprüfung	keine		

PFLEGE-BAHR PLUS / LEISTUNGEN	STUFE I	STUFE II	STUFE III
1. bis 5. Jahr	60 %	140 %	200 %
ab 6. Jahr	30 %	70 %	100 %
Leistung bei Demenz	10 % bei unabhängiger Pflegestufe		
Wartezeit	keine		
Risikoprüfung	· Beitragsbefreiung ab Stufe III · Einmalzahlung bei Stufe III · Pflegeassistenz		

AUF EINEN BLICK
PFLEGEPFLICHTVERSICHERUNG – PFLEGE-BAHR – PFLEGE-BAHR PLUS

Pflegepflichtversicherung = KFZ-Haftpflicht

Pflegekosten im Heim: 2.900 Euro in Pflegestufe III

1.550 Euro Leistung der Pflegepflichtversicherung	**1.350 Euro** Eigenanteil

Pflegepflichtversicherung + Pflege-Bahr = Teilkasko

Pflegekosten im Heim: 2.900 Euro in Pflegestufe III

1.550 Euro Leistung der Pflegepflichtversicherung	**600 Euro** Leistung Pflege-Bahr	**750 Euro** Eigenanteil

Pflegepflichtversicherung + Pflege-Bahr + Pflege-Bahr PLUS = Vollkasko

Pflegekosten im Heim: 2.900 Euro in Pflegestufe III

1.550 Euro Leistung der Pflegepflichtversicherung	**600 Euro** Leistung Pflege-Bahr	**600 Euro** Leistung Pflege-Bahr PLUS	**150 Euro** Eigenanteil

Quelle: Signal Iduna

VERKAUFSARGUMENTE FÜR DEN PFLEGE-BAHR

1. Eigenbestimmungsrecht

Der Kunde hat eine hohe Motivation, einen Vertrag abzuschließen, um selbst mitbestimmen zu können

- wie er gepflegt wird,
- wo er gepflegt wird,
- von wem er gepflegt wird.

2. Vermögenssicherung

Der Kunde möchte einen Vertrag abschließen, um sein Vermögen zu schützen. Entweder um seinen Ruhestand zu genießen oder um es seinen Lieben zu hinterlassen.

3. Schutz der eigenen Kinder

Der Kunde ist bestrebt, seine Kinder vor Unterhaltszahlungen zu schützen und schließt daher einen eigenen Vertrag ab.

4. Vermögenssicherung der Kinder

Die Kinder sind an der Pflegevorsorge der Eltern interessiert, weil sie Unterhaltszahlungen fürchten und ihre Existenz sichern.

5. Erbschaftssicherung

Die Kinder kümmern sich um die Pflegevorsorge ihrer Eltern, um die Erbschaft geregelt zu wissen.

janitos

Die neue Janitos Unfallversicherung.
Passt. Schützt. Hilft.

Ab April 2013.

MASSGESCHNEIDERTER VERSICHERUNGSSCHUTZ.

Wählen Sie in fünf Bereichen den
besten Schutz für Ihre Kunden:

- Drei Produktlinien: Basic, Balance, Best Selection
- Sechs Gliedertaxen
- Sechs Progressionen (bis zu 1.000 %)
- Sechs Leistungsarten
- Zwei Zusatzpakete: Medic und Plus (optional)

LEISTUNGSHIGHLIGHTS.

- Rehabilitationsmanagement bei schweren Verletzungen (Balance und Best Selection)
- Unbegrenzte Leistung beim Kostenersatz, z. B. Bergungskosten (Zusatzpaket Plus)
- Leistung bei schweren Erkrankungen und Pflege-Assistance-Leistungen (Zusatzpaket Medic)
- Automatischer Schutz für Rettungsärzte bei Flugunfällen (Best Selection mit Gliedertaxe Med)
- Vollkasko-Rabattretter für Janitos Kfz-Kunden (Best Selection)
- Entschädigung für Unfallschäden an Hausrat, z. B. Fahrrädern (Best Selection)

BESONDERE HIGHLIGHTS FÜR FAMILIEN MIT KINDERN.

- Familienrabatt ab drei versicherten Personen
- Beitragsbefreiung für Kinder bei mindestens 50 %iger Invalidität des Versicherungsnehmers (Best Selection)
- Gesundheitsschäden durch Schutzimpfungen
- Vollwaisenrente für versicherte Kinder bei Tod beider Elternteile durch das gleiche Unfallereignis (Balance und Best Selection)
- Haushaltshilfe und Kinderbetreuung, wenn der betreuende Elternteil einen Unfall erleidet

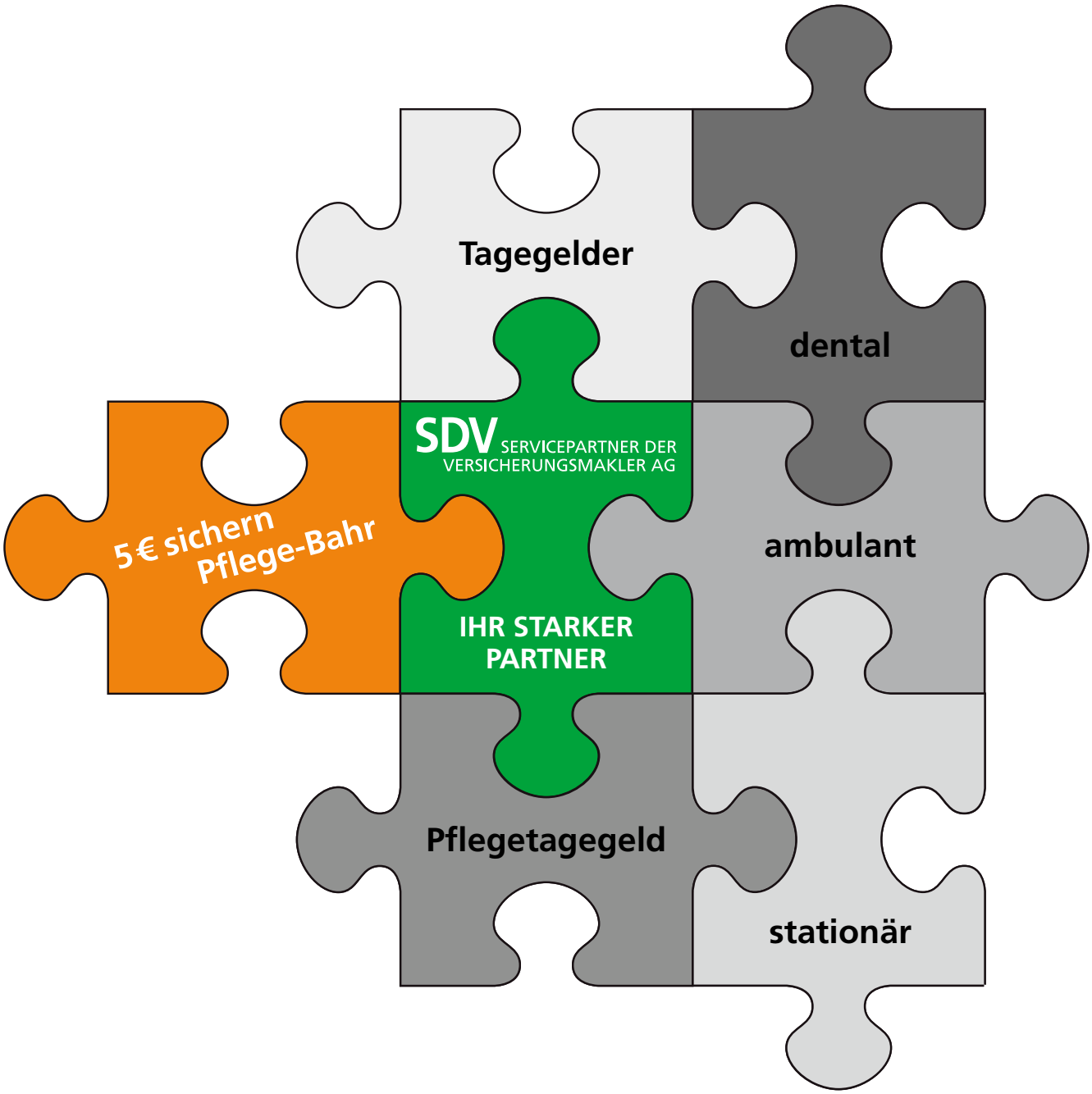
MAKLERBETREUUNG.

Silke Hohorst:
Telefon: 0 160. 708 64 29
E-Mail: silke_hohorst@janitos.de

Weitere Informationen und kostenlose Anmeldung zu unseren Onlineschulungen unter **www.janitos.de**

PUZZELN SIE SICH ZUM BEDARFSGERECHTEN RUNDUMSORGLOS-PAKET IM BEREICH DER KRANKEN-/PFLEGEVERSICHERUNG

Der Pflege-Bahr ist Bestandteil einer optimalen Absicherung. Die Fachabteilung Krankenversicherung der SDV AG steht Ihnen gerne beratend zur Seite.



EIN ÜBERBLICK ÜBER DAS LEISTUNGSSPEKTRUM

Bitte beachten Sie, dass diese Leistungen je nach Gesellschaft und Tarif angeboten und daher speziell gewählt / versichert werden müssen.

Der gesetzliche Versicherungsschutz leistet nur im Rahmen der GOZ (Gebührenordnung für Zahnärzte) und GOÄ (Gebührenordnung für Ärzte). Wer über den Tellerrand hinausschauen möchte und fachlich sowie methodisch bessere ärztliche Leistungen erhalten will, sollte sich zur gesetzlichen Absicherung zusätzlich privat versichern.

Hierzu eine kurze Übersicht mit einigen Beispielen der Krankenzusatzversicherung:

DENTALER VERSICHERUNGSSCHUTZ

- Zahnersatzleistungen (Metallgerüst, Teilverblendungen, Kronen, Brücken etc.)
- Zahnbehandlungsleistungen (Parodontose-, Wurzelbehandlungen etc.)
- Kieferorthopädieleistungen (Knochenaufbau, Zahnspangen, »Knirschschienen« etc.)
- Implantate; professionelle Zahnreinigung; Inlays
- Gebührenverordnung

AMBULANTER VERSICHERUNGSSCHUTZ

- Brillenergänzungsversicherung (zum Beispiel Kontaktlinsen, Brillengläser)
- Heilpraktiker und alternativmedizinische Verfahren (Akupunktur, Akupressur, Magnetfeldtherapie etc.)
- Erstattung von Impfungen / Reiseimpfungen (Grippeimpfungen, Tetanus, Diphtherie, Typhus, Tollwut etc.)
- Erstattung von umfangreicheren Vorsorgeuntersuchungen (Krebsvorsorge, Zahnvorsorge etc.)

STATIONÄRER VERSICHERUNGSSCHUTZ

- 1- / 2-Bett-Zimmer im Krankenhaus
- Privatärztliche Versorgung (Chefarztbehandlung)
- Freie Krankenhauswahl (nicht GKV-Prinzip, sondern wählbar)

KRANKENTAGEGELD

- Leistung bei Teil- und Vollarbeitsunfähigkeit

PFLEGEZUSATZVERSICHERUNG / PFLEGETAGEGELD

- Assistanceleistungen (Bügeldienst, Putzdienst, Einkaufsdienst etc.)
- Demenzleistungen (Pflegestufe 0)
- Wartezeiterlass
- Geltungsbereich
- Beitragsbefreiung

EIN WEITERES KEY-HIGHLIGHT DER SDV AG

Der neue Makler-Kunden-Newsletter

Der fertig aufbereitete Endkunden-Newsletter ist im eigenen Design des Maklers angelegt und hat eine Online-Abschlussmöglichkeit: Vernetzung der Vertriebswege Internet-/Präsenzvertrieb.

Veränderte Marktgegebenheiten und ein verändertes Kauf- und Informationsverhalten von Kunden sind auch in unserer Branche nicht erst seit gestern festzustellen. Viele Kunden beziehen heute vorab Informationen über das Internet, bevor sie beim Makler ihres Vertrauens anfragen. Gleichzeitig steigt zudem die Bereitschaft, Güter und Dienstleistungen über das Internet zu erwerben. Dabei handelt es sich in der Regel um einfache beziehungsweise vergleichbare Dinge. Die SDV AG verfolgt diesen Trend bereits seit längerer Zeit und schließt mit ihrem neu konzipierten Makler-Kunden-Newsletter diese Lücke.

Neben Informationen über interessante Neuigkeiten für den Kunden bietet der Newsletter die Möglichkeit eines integrierten Onlineabschlusses für den Endkunden. Darüber hinaus besteht für den Makler die Möglichkeit, die beworbenen Produkte ebenfalls im Namen des Kunden, beispielsweise im Rahmen einer telefonischen Beratung, online abzuschließen. Um den Grundsatz »Der Kunde ist König!« zu leben, möchte die SDV AG ihre Makler mit einem neuen Kundenbindungsinstrument beziehungsweise Verkaufsansatz unterstützen. Das bisher von der Assekuranzbranche ungenutzte Potenzial dieser Form der Kundengewinnung hat die SDV AG für Sie umgesetzt, um Ihnen einen weiteren Mehrwert zu bieten. Ein Endkunden-Newsletter dieser Art wurde im Versicherungsvertrieb bisher noch nicht eingesetzt und kann als Alleinstellungsmerkmal bezeichnet werden.

Die SDV AG reagiert somit auf die Anforderungen des Marktes und verstärkt hier die Investitionen in die Vertriebs- und Kommunikationswege deutlich. Der Startschuss für den personalisierten Makler-Kunden-Newsletter setzt hierbei einen weiteren Maßstab. Besonders in der sich wandelnden Versicherungsbranche ist es wichtig, den Kunden regelmäßig mit aktuellen Informationen kompetent und umfassend zu versorgen. Speziell in unserer Branche sind Kunden häufig verunsichert und nicht ausreichend informiert. Es bietet sich durch eine offene Kommunikation und einen konstanten Informationsfluss die Möglichkeit, auf Änderungen am Versicherungsmarkt hinzuweisen und die sich daraus resultierenden Chancen zu nutzen.

Durch den neuen Makler-Newsletter wird der positive und kompetente Auftritt des Maklers in seiner Außenwirkung weiter gefördert. Aufgrund der professionellen Aufbereitung des Newsletters kann das Ansehen beziehungsweise die erbrachte Servicedienstleistung des jeweiligen Maklers effizient gesteigert werden. Der Newsletter wird im personalisierten Layout des Maklers verschickt und erweckt beim Endkunden den Eindruck, dass der Makler selbst ihm diesen Mehrwert beziehungsweise diese Dienstleistung bietet. Der Endkunden-Newsletter wird ausschließlich in einem auf den jeweiligen Makler personalisierten Layout erscheinen. Analog zu dem »White Label«-Prinzip der SDV AG agieren wir nur im Hintergrund und übernehmen die komplette Vor- und Aufbereitung im Namen des Maklers. Konkret bedeutet das: Der Makler kann durch die SDV AG seine Signatur, seine Kontaktdaten, sein Bild und sein Unternehmenslogo in den Newsletter programmieren und verschicken lassen.

Der Inhalt des Newsletters wird von der SDV AG professionell aufbereitet und geliefert. Es werden vor allem saisonale und aktuelle Themen eingearbeitet. Es können aber auch einzelne Newsletter zu Sonderthemen oder bestimmten Versicherungsbereichen aufbereitet werden. Der Makler legt die jeweiligen individuell bestimmten Zielgruppen für den Versand fest. Anschließend erfolgt eine finale Abstimmung mit dem Makler. Dadurch kann der Makler nicht nur die stetige Kommunikation mit seinem Kunden fördern, sondern er hat die Chance auf einen neuen Vertriebsweg, der in dieser Form noch nicht existiert. Jeder Newsletter wird eine Online-Abschlussmöglichkeit für den Kunden beinhalten. Der Abschluss kann entweder direkt vom Kunden oder durch den Makler selbst getätigt werden. Hierbei wird es sich vor allem um sehr verständliche Produkte handeln, beispielsweise eine Kfz-Rechtsschutzversicherung oder eine Auslandsreisekrankenversicherung. Der Makler hat nun die Möglichkeit, über diesen Weg Cross-Selling zu betreiben und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Zudem kann er sich regelmäßig professionell an seine Kunden wenden und ihnen einen Mehrwert bieten.

Nutzen Sie diese neue Schnittstelle der Kommunikation beziehungsweise des Online-Abschlusses für sich und Ihre Kunden. Schaffen Sie eine Verbindung zwischen dem altbekannten »Präsenzvertrieb« und dem modernen »Online-Vertriebs«

Endkunden-Newsletter

Wir haben für Sie Fragen und Antworten zum neuen Newsletter zusammengestellt:

? Wer ist hier zuständiger Ansprechpartner bei Fragen hinsichtlich des Abonnierens eines Newsletters?

Der Makler kann sich, wenn er solch einen Endkunden-Newsletter wünscht, an seinen Maklerbetreuer wenden.

? An wen kann der Makler diesen Newsletter versenden?

Der Makler bestimmt die Zielgruppe beziehungsweise die Personen, die den Newsletter erhalten sollen. Voraussetzung ist natürlich eine aktuelle und gültige E-Mail-Adresse. Der Endkunde kann den Newsletter jederzeit über seinen Makler abbestellen.

? Wie läuft hier die Einholung der nötigen E-Mail-Adresse der Kunden ab?

Der Makler muss die nötigen E-Mail-Adressen seiner Kunden zur Verfügung stellen. Die E-Mail-Adressen können selbstständig durch den Makler selbst oder durch die SDV AG in das System eingepflegt werden.

? Erscheint der Newsletter in regelmäßigen Abständen? Wird der Makler gesondert über den Versand informiert?

Vorerst ist ein vierteljährlicher Turnus vorgesehen. Der Makler entschließt sich zu dem Versand, das heißt er gibt das »Go«. Des Weiteren erhält er dann eine Liste mit den Zugangscodes für den Online-Abschluss, den er im Namen des Kunden abschließen kann.

? Ausschließlicher Versand via E-Mail?

Ja, der Versand des Newsletter erfolgt ausschließlich per E-Mail. Je nach Themenbereich und immer mit einer Online-Abschlussmöglichkeit.

? Wer legt die Themen fest? Wer ist für die Organisation und die Fachbeiträge zuständig?

Die Themen und Inhalte werden durch die SDV AG bestimmt, aufbereitet und organisiert. Es werden aber auch gerne Wünsche und Anregungen entgegengenommen.

? Gibt es eine Anlehnung an die Newsletter, die bereits an unsere Makler gehen?

Eine Anlehnung ist nicht zwingend erforderlich, da die Newsletter für die Kunden weniger fachlich, sondern mit einfachen, verständlichen und präzisen Themen befüllt sein werden.

? Geht der Newsletter direkt an den Versicherungsnehmer oder muss dieser über den Kooperationspartner versandt werden?

Der Newsletter wird von der SDV AG im Namen und in der personalisierten Aufmachung des Maklers (Logo, Foto, Kontaktdaten etc.) direkt an den Endkunden versandt. ■

EINFACH MEHR WERTE FÜR IHRE KUNDEN

Hanseaten stellen tarifliche Mehrwerte in den Vordergrund

Steuerliche Aufwendungen optimieren und gleichzeitig für das Alter vorsorgen – das geht: Die Rürup-Rente ermöglicht durch die hohen Steuerförderungen i. d. R. weitaus geringere Steuerbelastungen in der Ansparphase und in der Rentenbezugsphase beste Versorgung. Ein Thema, das ganzjährig für Ihre Kunden und auch Sie interessant ist.

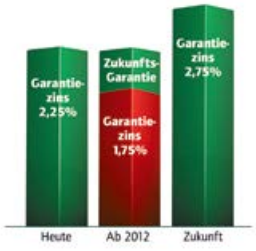
Der Staat, der gerade erst die Höchstgrenzen für Sonderausgabenabzüge von 20.000 EUR auf 24.000 EUR (40.000 EUR / 48.000 EUR) erhöht hat, gewährt in 2013 eine steuerliche Berücksichtigung von bereits 76 % als Sonderausgabenabzug. Primäre Zielgruppen wie Selbstständige oder besserverdienende Angestellte können über diesen Vorsorgeweg hohe Renditen erwirtschaften. Die Signale sind eindeutig: Altersarmut soll mit Hilfe staatlicher Förderung vermieden werden. Den bekannten Vorurteilen gegen die gesetzlich stark reglementierte Rürup-Rente zum Trotz, gilt es die Produkte genau zu prüfen: Welches Angebot bietet den größten Kundennutzen?

Eine Altersvorsorge, die kaum Wünsche offen lässt

Basis Care, die Rürup-Rente der HanseMerkur, bietet Ihnen exzellente Beratungsansätze. Zum Thema Flexibilität gewährt Basis Care Gestaltungsoptionen, die die Kunden nutzen können, wenn sich Lebensumstände oder auch Wünsche verändern. Schon zu Antragsaufnahme kann Ihr Kunde zwischen diversen Zahlungsweisen und verschiedenen Beitragsanlageformen wählen. Dabei wird jede Anlagementalität berücksichtigt. Aber auch während der Vertragslaufzeit gewährt Basis Care starke kundenorientierte Optionen. Der unkomplizierte Wechsel innerhalb der Anlageform oder in eine andere Beitragsanlage kann dabei jederzeit kostenlos genutzt werden. Weitere wichtige Optionen wie jederzeit mögliche Zuzahlungen, Beitragsfreistellung und -herabsetzung bzw. Beitragspausen bieten flexible Handlungsgrundlagen, die kostenfrei zur Verfügung stehen.

Echte Mehrwerte inklusive

Von Vorteil für Sie und Ihre Kunden ist, wenn weitere Leistungen kostenfrei integriert sind. So z. B. die in dieser Form einzigartige »ZukunftsGarantie« der HanseMerkur in der Mehrberatungsvariante. Mit der ZukunftsGarantie sichern Sie Ihren Kunden für alle Leistungserhöhungen eine Günstigerprüfung der Rechnungsgrundlagen, wie z. B. dem Garantiezins.



Die attraktive Alternative zur gesetzlich vorgegebenen Todesfallleistung in der Ansparphase ist ein echtes Highlight. Mit der hinzuwählbaren Risiko-Zusatzversicherung sichert sich der Kunde Vorteile wie freie Vererbbarkeit und Kapitalauszahlung der Beitragssumme. Und wer zusätzlich eine Todesfallleistung für die Rentenbezugszeit beantragt, erhält kostenfrei eine Pflegeoption hinzu, die bereits ab 2 Pflegepunkten beansprucht werden kann.

Unverzichtbar: Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung

Eine Absicherung des Einkommens kann über die Rürup Rente clever, weil staatlich gefördert, vorgenommen werden. Auch diesbezüglich macht es Sinn, frühzeitig vorzusorgen; denn was nutzt die beste Altersvorsorge, wenn die Einkommensgrundlage für die Beitragszahlung fehlt. Doch aufgepasst: Priorität hat auch hier die Qualität der Absicherung!

Stiftung Warentest Finanztest SEHR GUT (0,9) Profi Care Ausgabe 07/2011

ÖKO-TEST RICHTIG GUT LEBEN Berufsunfähigkeitsversicherung Profi Care 1. Rang Ausgabe 04/2012

AUSGEZEICHNET Berufsunfähigkeit

Profi Care, die mit Bestnoten ausgezeichnete Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung der HanseMerkur, bietet mit exzellenten Leistungen beste Vertriebschancen. Und muss einmal ein Vertrag über einen größeren Zeitraum beitragsfrei gestellt werden, bietet Basis Care den »BU-Retter« für den Erhalt der wichtigen Absicherung.

KONTAKT

Michael Giesler ist Vertriebsleiter der Organisation Leben der HanseMerkur Versicherungsgruppe und unterstützt Sie gern mit den richtigen Argumenten.
Rufen Sie ihn an!

HanseMerkur Versicherungsgruppe

Michael Giesler – Vertriebsleiter Lebensversicherung
Siegfried-Wedells-Platz 1, 20354 Hamburg
Telefon: 040 4119 4051
Mobil: 0174 366 77 13
Mail: michael.giesler@hansemerkur.de

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT

Umfassender Versicherungsschutz für Firmen- und Privatkunden

Die HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT ist als reiner Maklerversicherer für ihre innovativen, leistungsstarken und zugleich günstigen Produkte bekannt. Diese werden Jahr für Jahr von unabhängigen Testinstituten mit Bestnoten ausgezeichnet.

Einer ständig wachsenden Anzahl von gewerblichen und privaten Kunden bieten wir umfassenden Haftpflicht- sowie privaten Unfall- und Hausrat-Versicherungsschutz. Das konstante Wachstum der Versicherungsbestände ist auch das Ergebnis eines schnellen und direkten Service für Vertriebspartner und Versicherte.

Private Risiken – Platz 1 – Private Haftpflichtversicherung – Status Quo! I/2013 – HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT

Vertriebs-Service – Platz 1 – Schnellste Reaktionszeit bei Unklarheiten – Status Quo! I/2013 – HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT

Vertriebs-Service – Platz 1 – Schnellste Policierung – Status Quo! I/2013 – HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT

2012 CHARTA-Qualitätsindex HERVORRAGEND

AssCompact TRENDS – Hausratversicherung Platz 1 – Haftpflichtkasse Darmstadt VVaG II/2012

HAFTPFLICHTKASSE DARMSTADT
– Haftpflichtversicherung des Deutschen Hotel- und Gaststättengewerbes – VVaG
Arheilger Weg 5, 64380 Roßdorf

Telefon: 06154/601-0
Fax: 06154/601-2288
E-Mail: info@haftpflichtkasse.de
Internet: www.haftpflichtkasse.de

Wir sind für Sie da!

Für alle richtig (günstig)!

Dialog: Lebensversicherungs-AG

Wie gut, dass Menschen so unterschiedlich sind – in der Berufswahl, der Lebensplanung, den Hobbys ... Aber somit gibt es auch große Preisunterschiede im Markt. Wie gut, dass wir bei den Tarifen unserer Risikolebensversicherung nicht viele Unterschiede machen und jedem den richtigen Schutz zu günstigen Konditionen bieten.

DER Spezialversicherer für biometrische Risiken

Mehr Infos unter www.dialog-leben.de!

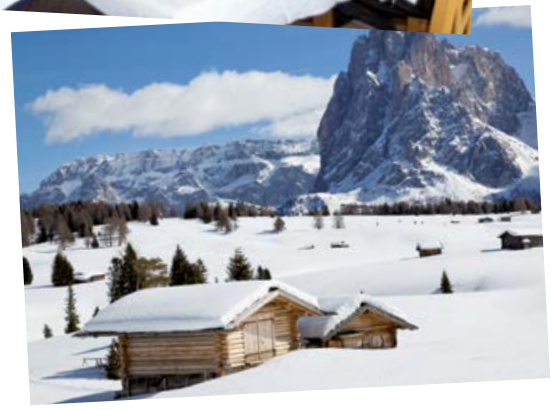
Ein Unternehmen der GENERALI DEUTSCHLAND

MIT SKI, SCHNEESCHUH UND SNOWBOARD

Für die Teilnehmer des ausgeschriebenen Winterwettwerbs 2012 zum Thema Unisex ging es vom 27. bis 29. Januar 2013 in den Warther Hof nach Warth am Arlberg. Die Teilnehmerkriterien waren mindestens 500 000 Euro provisionspflichtige Bewertungssumme auf Verträge unserer Premiumgesellschaften, mit Vertragsbeginn spätestens zum 1. Januar 2013. Wertungszeitraum war vom 1. November 2012 bis zum 31. Dezember 2012.

Alle Teilnehmer genossen in wunderschöner Winterlandschaft zwei Übernachtungen in einem Vier-Sterne-Hotel inklusive Skipass und Hüttengaudi in einem exklusiven Skigebiet. Insgesamt elf Maklerkollegen des Außendienstes hatten die Möglichkeit, die Skipisten unsicher zu machen, an einer geführten Schneeschuhwanderung teilzunehmen und bei Après-Ski und Wellnessangebot den Abend ausklingen zu lassen. Die SDV AG organisierte das Wochenende, um sich für den Engagement der Teilnehmer zu bedanken.

Das Programm und die Organisation wurden gelobt und allen bestätigten, dass dieses Wochenende ein voller Erfolg war!



AUSZUBILDENDE DER SDV AG BESTEHEN ERFOLGREICH DIE PRÜFUNG

Mit großer Freude und voller Stolz haben nun seit Februar 2013 die ersten beiden Auszubildenden der SDV AG erfolgreich ihre Abschlussprüfung bestanden. Nach 2,5 Lehrjahren gehen nun beide als Kaufmann für Versicherung und Finanzen weiter den gemeinsamen Weg in der SDV AG. Lukas Härle (rechts im Bild) ist neuer Sachbearbeiter im Bereich Leben und Kayar Hilmi-Turan (links im Bild) unterstützt nun tatkräftig die Sachabteilung.

RHETORIK UND KOMMUNIKATION SIND ALLES

Zwischen Februar und April fand innerhalb der SDV AG das Seminar Rhetorik für alle Innendienstmitarbeiter statt. In vier Gruppen wurde der Innendienst eingeteilt, sodass die Möglichkeit gewährleistet war, dass alle Mitarbeiter an dem Kommunikationsseminar der Signal Iduna teilnehmen konnten und der gewohnte Service beibehalten wird. Das zweitägige Seminar ging hier besonders auf das Thema Rhetorik ein, sowie Vorträge und Reden vor Gruppen halten zu können. Erfolgreiche Fragetechniken, Modelle der Rhetorik, Reaktion auf unfaire Dialektik und konfliktfreies Kommunizieren wurden gemeinsam erarbeitet. Jeder Teilnehmer konnte durch einen eigenen Vortrag über ein frei gewähltes Thema das Erlernte gleich in die Praxis umsetzen und so verinnerlichen.

Die durchaus gelungene Abwechslung ließ manche Mitarbeiter durch die positive Erfahrung wachsen und hat hier auch gleichzeitig zu einer Intensivierung des guten Betriebsklimas beigetragen. Gottfried Gaidt, Trainer Personalentwicklung der Signal Iduna, lobte ebenfalls das Betriebsklima und den Umgang miteinander und auch die positive Resonanz des Seminars!

DIE MANNHEIMER KANN ZIELGRUPPEN. SIE SAGEN WELCHE.

Mannheimer

Im Jahr 1879 als reiner Transportversicherer geründet, baut die Mannheimer Versicherung AG seit vielen Jahren ihren Zugang zu ausgewählten Kundengruppen konsequent aus und entwickelt besondere Versicherungsprodukte. Diese zielen auf ausgesuchte Marktnischen und -segmente.

Experte für Zielgruppen und Marken

Durch kontinuierliche Marktforschung und eine zielgerichtete Ansprache, hat die Mannheimer sich auf dem deutschen Versicherungsmarkt mittlerweile als Experte für Zielgruppen und Marken etabliert.
Mit insgesamt mehr als zwanzig Zielgruppenprodukten bietet sie unter markenrechtlich geschützten Namen bedarfsgerechte Versicherungslösungen für Privatkunden und das mittelständische Gewerbe an. Und hebt sich damit von anderen Marktteilnehmern ab. Ein Beispiel: die Marke LUMIT®, die Versicherung für private und gewerbliche Solaranlagen. Daneben ARTIMA®, die Marke für bildende Künstler, Galeristen, Kunst- und Antiquitätenhändler, Museen und Sammler oder auch BELMOT® für Oldtimerliebhaber – ab der Saison 2013 neu auch für Fans von historischen Motorrädern.

Mit einigen Marken zählt die Mannheimer zu den führenden Versicherern in Deutschland: So ist sie mit SINFONIMA® Marktführer in der Musikinstrumenten-versicherung. Mehr als die Hälfte aller Juweliere in Deutschland haben sich für VALORIMA® entschieden. Und mit PRIGOM® zählt die Mannheimer zu den maßgeblichen Versicherern von Golfplätzen. Die jahrelange Erfahrung bedeutet ein umfangreiches Know-How, das ihr nicht nur Wettbewerbsvorteile verschafft, sondern zudem eine risikoadäquate Zeichnungspolitik ermöglicht.

Innovations- und Qualitätsführer

Unter Kunden und Vertriebspartner gilt die Mannheimer als innovativer Versicherer, der schnell und flexibel auf wichtige Markterfordernisse reagiert und sich jährlich selbst verpflichtet, eine neue Marke auf den Versicherungsmarkt zu bringen oder ein bestehendes Produkt zu modernisieren.
Die jüngst entwickelte Marke GARANTIMA® spricht gezielt Hersteller und Händler von Premiumprodukten an. Unter wenigen deutschen Versicherern hat die Mannheimer langjährige Erfahrung mit Garantiedeckungen. Wie die Marken BELMOT®, ARTIMA® und LUMIT®, steht GARANTIMA® im Wesentlichen für eine sogenannte Allgefahrendeckung.

Absicherung von gewerblichen Risiken

Im Bereich Absicherung von gewerblichen Risiken sei beispielhaft der Gütertransport hervorgehoben: Nach wie vor hat die Mannheimer ihre Ursprungssparte, die Transportversicherung, im Fokus. Über die »Handelsware-Versicherung« ist der Transport von eigener Ware mit eigenem Fahrzeug abgesichert, die sogenannte »Warentransport-Versicherung« sichert die weltweite Beförderung mittels öffentlicher Verkehrsmittel von Waren aller Art gegen bestimmte Risiken ab. Gerade Juweliere, Geldtransporteure oder Firmen mit Messepräsenz können auf Transportversicherungen nicht verzichten.

Daneben liegt ein Schwerpunkt auf den technischen und Sachversicherungen – allen voran die Versicherung von Solaranlagen, aber auch kleinerer elektronischer und technischer Geräte und Maschinen, sowie Daten und Datenträger. Im Betrieb kann es trotz umsichtigen Verhaltens jederzeit zu (physischen) Schäden und ungerechtfertigten Schadensersatzansprüchen von Dritten kommen. Hier greift die Kompetenz der Mannheimer im Bereich Betriebs- und Berufshaftpflicht.

Kompetenz vor Ort

Schnelle, kurze Entscheidungswege zeichnen die Mannheimer Versicherung aus. In den Maklerbetreuern vor Ort finden die MaklerPartner persönliche, sachverständige Ansprechpartner, die ihnen zeitnah detaillierte Angebote liefern und sie in ihrer Arbeit qualifiziert unterstützen.

KONTAKT

Maklerdirektion Ulm, Andrea Pampel
Telefon: 0731 / 17 59 88 12
E-Mail: andrea.pampel@mannheimer.de

www.makler.mannheimer.de

BESTEHENDE DIENSTLEISTUNG KONTINUIERLICH OPTIMIEREN

**»Zusammenkunft ist ein Anfang.
Zusammenhalt ist ein Fortschritt.
Zusammenarbeit ist der Erfolg!«** Henry Ford

Stefan Eisenmann ist Leiter Maklervertrieb Südwest / West. Er ist im Innendienst wie auch im Vertrieb ein angesehener und beliebter Mitarbeiter und Kollege. Durch seine Präsenz in der SDV AG ist er ein Bindeglied zwischen Innendienst und Makler. Er ist ehemaliger Vertriebsdirektor der 2010 in die SDV AG integrierte Alvecon GmbH und Co. KG und betreut nun als Leiter Maklervertrieb die Bereiche Südwest- und Westdeutschland.

Hallo Herr Eisenmann, vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für ein kurzes Interview nehmen.

**Seit wann gehen Sie nun schon den gemeinsamen Weg mit der SDV AG?
Beschreiben Sie uns doch kurz ihre Aufgaben.**

Ich bin seit September 2010 für die SDV AG tätig und werde aktuell von drei Maklerbetreuern unterstützt. Die erste Aufgabe bestand darin, aufgrund meiner Vergangenheit bei der Alvecon, deutschlandweit den optimalen Wechsel der ehemaligen Alvecon-Ausschließlichkeitsvermittler zu vollziehen und die vorhandenen Bestände möglichst reibungslos auf den jeweiligen Makler zu übertragen.

Hier galt es besonders, den Mehrwert der SDV AG für die Kooperationspartner, unter Anbetracht eines Wechsels vom Vermittler nach § 84 zu einem Versicherungsmakler nach § 93, klar herauszustellen und einen fließenden Übergang zu ermöglichen. Diese Anfangsphase war besonders geprägt von einer sehr engen und konstruktiven Zusammenarbeit mit Gerhard Lippert. Dieser stand mir hier mit Rat und Tat zur Seite. Besondere Herausforderung war für uns unter anderem die courtagepflichtige Übertragung von Beständen ehemaliger Ausschließlichkeitsvermittler in den Maklerbereich. Doch auch diese Hürde wurde gemeinsam erfolgreich bewältigt. Nun ist der Aufbau und Ausbau neuer Partner sowie die Betreuung der aktiven Makler Schwerpunkt meiner täglichen Arbeit.

In ihrem Büro hängt ein Bild mit dem Zitat von Henry Ford »Zusammenkunft ist ein Anfang. Zusammenhalt ist ein Fortschritt. Zusammenarbeit ist der Erfolg!«. Fasst dieses Zitat Ihren bisherigen Weg bei der SDV AG gut zusammen?

Ja, ich denke, das dürfte meine bisherigen Erfahrung mit der SDV AG sehr gut beschreiben. Wichtig ist, dass wir uns in der täglichen Arbeit immer auf Augenhöhe begegnen und unseren Kooperationspartnern, bei Bedarf, Lösungen bieten können.

Ihre Einschätzung – wird die SDV AG ihren Weg des stetigen Wachstums und Fortschritts weiterführen können?

Ja, davon bin ich absolut überzeugt! Der Weg ist geebnet – für einen sicheren und kontinuierlichen Erfolg. Dafür spricht besonders der gute Start ins Jahr 2013. Es schließen sich immer mehr Makler der SDV AG an und sichern dadurch ihren Bestand und ihre zukünftigen Einnahmen durch unsere Backoffice-Dienstleistung. Zudem haben wir erfreut festgestellt, dass durch Empfehlungen aus unterschiedlichsten Bereichen immer mehr Interessenten aktiv auf die SDV AG zugehen. Somit hat sich die Zahl der interessierten Makler an unseren Partnertagen dynamisch erhöht. Das ist natürlich sehr positiv und reflektiert deutlich die Zufriedenheit unserer Partner und die positive Resonanz allgemein.

Aufgrund der steigenden Zahl der Maklerschaft und dem optimal angepassten Service gehe ich von einer spartenübergreifenden Umsatzsteigerung in allen Bereichen aus.

**Wie unterstützen Sie Ihre Makler?
Was ist Ihnen besonders wichtig?**

Ich sehe mich als Bindeglied zwischen Makler und Backoffice. Als Dienstleister und Unterstützer des Maklers vor Ort. Es ist mir wichtig, dass die Dienstleistung und die Servicierung als Ganzes ein rundes Bild ergeben und dem Kooperationspartner das Tagesgeschäft vereinfachen. Ich stehe für Spezialfälle und zur Bearbeitung verschiedener Themen jedem Partner zur Seite und versuche Lösungen zu finden. Die SDV AG hat sich bisher allen gesetzlichen Änderungen und anfallenden Gegebenheiten optimal angepasst und hier flexibel und schnell reagiert.

Die Idee, die hier seitens der SDV AG gelebt wird, ist erfolgversprechend. Neben dem Abwickeln des Neugeschäfts werden

zahlreiche weitere wichtige Dienstleistungen für den Makler vollbracht. Als sogenanntes Herzstück bezeichne ich hier immer unseren Maklervertragsservice, der es jedem Partner ermöglicht, mit minimalem administrativem Aufwand seinen Bestand aufzubauen beziehungsweise eine höhere Vertragsdichte pro Kunde zu erzielen. Des Weiteren ist es natürlich wichtig, die bestehende Dienstleistung kontinuierlich zu optimieren und an die Marktgegebenheiten anzupassen, was sich beispielsweise in der permanenten Weiterentwicklung der SDV-Deckungskonzepte widerspiegelt. Generell ist es heutzutage sehr entscheidend, sich immer wieder schnell und vor allem flexibel an neue Situationen anzupassen.

Wie bewerten Sie die Umsetzung von Maßnahmen und die Kommunikation innerhalb der SDV AG und zwischen Innendienst und Makler?

Zum Thema Maßnahmen fällt mir aktuell die Umstellung von Bisex- auf Unisextarife Ende 2012 ein. Hier wurden zum Beispiel neue Verkaufsansätze und Ideen einfach und gewinnbringend umgesetzt. Die SDV AG bietet ihren Kooperationspartnern bereits eine Fülle von Dienstleistungen und Erleichterungen an und man kann sagen, dass die Dienstleistung »Service« gelebt wird. Natürlich haben wir auch immer ein offenes Ohr für neue Ideen und weiteren Input von außen. Ich betrachte unsere Kooperationspartner auch als eine Art »Unternehmensberater«. Durch die permanente Kommunikation zwischen Backoffice und Makler haben beide Seiten die Chance, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und voneinander zu profitieren.

Wie ist Ihre Meinung zu unserem Social-Media-Auftritt und unserer Hauszeitung?
Und wie ist hier das Feedback Ihrer Partner?

Es ist wichtig, in unserer heutigen Zeit Präsenz zu zeigen, mit der Zeit zu gehen und den Anschluss zu halten. Auch ich habe ein eigenes Profil auf Xing in Bearbeitung, um hier zusätzlich die Kontaktaufnahme zu erleichtern. Die Hauszeitung ist in meinen Augen eine sehr feine Sache. Inhaltlich und optisch erhalte ich hier durchweg positives Feedback. Durch die Beiträge erhält die SDV AG ein menschliches Gesicht, bietet einen Einblick in das Backoffice und liefert wichtige und ausführliche Informationen von Gesellschaften.

Stefan Eisenmann ist Bindeglied zwischen dem Innendienst der SDV AG und dem Vertrieb.

Vielen Dank, Herr Eisenmann, für Ihre Zeit und Ihre ausführlichen Antworten.

Das Interview führte Isabell Kramer von der SDV AG.

REICHT DIE BESTÄTIGUNG

des Anlegers im Zeichnungsschein zum Nachweis des Erhalts des Verkaufsprospektes aus?

von RA Jens Reichow (Kanzlei Michaelis Rechtsanwälte, Hamburg)

Im Rahmen von Haftungsprozessen rügen Anleger oftmals die Verletzung von Aufklärungspflichten (z. B. Totalverlustrisiko) durch den Anlagevermittler/-berater. Die vollständige Aufklärung des Anlegers über sämtliche Risiken im Rahmen des Gespräches ist für viele Anlagevermittler/-berater jedoch in der Praxis kaum umsetzbar. Zur Erbringung der ihnen obliegenden Aufklärungspflichten bedienen sich die Anlagevermittler/-berater daher in aller Regel des Verkaufsprospektes, aus dem sich sämtliche Risiken der Anlage ergeben sollten. Damit der Anlagevermittler/-berater seine Aufklärungspflichten jedoch durch Überlassung des Verkaufsprospektes erfüllen kann, muss dieser dem Anleger so rechtzeitig übergeben werden, dass dieser vor der Unterzeichnung der Beitrittserklärung noch ausreichend Zeit hatte, den Verkaufsprospekt zu lesen. Entscheidend ist also ob, und zu welchem Zeitpunkt dem Anleger ein Verkaufsprospekt übergeben wurde.

Die Problematik kennen natürlich auch viele Anlagevermittler/-berater und Produktgeber. Jedenfalls im Rahmen der Beitrittserklärung bestätigen die Anleger daher in der Regel, den Verkaufsprospekt erhalten zu haben. Gute Beitrittsunterlagen vermerken darüber hinaus auch das Datum der Übergabe des Verkaufsprospektes, welches mindestens sieben Tage vor Abgabe der Beitrittserklärung liegen sollte. Die meisten Anlagevermittler/-berater glauben sich damit auf der sicheren Seite. Dies ist jedoch weit gefehlt. Selbst die Vorlage einer vom Anleger unterschriebenen Bestätigung des Erhalts des Verkaufsprospektes nimmt diesem nicht das Recht, im Haftungsprozess Gegenteiliges zu beweisen, wie der BGH jüngst wieder in seinem Urteil vom 06. 12. 2012 (Az.: III ZR 66/12 – Rn. 17) bestätigte. In dem diesbezüglichen Fall hatte sich der Kläger für die Behauptung, dass er den Verkaufsprospekt entgegen seiner Erklärung in der Beitrittserklärung nicht rechtzeitig vor Abgabe der Beitrittserklärung erhalten habe, auf das Zeugnis seiner Ehefrau berufen. Der BGH entschied, dass die Ehefrau des Klägers jedenfalls hätte vernommen werden müssen, und verwies den Rechtsstreit an das Berufungsgericht zurück. Das Berufungsgericht hat nunmehr die Ehefrau zu vernehmen und danach im Wege der Beweiswürdigung zu entscheiden, ob die Aussage der Ehefrau ausreicht, um die Erklärung im Zeichnungsschein zu widerlegen.

Die Hürde, einen erforderlichen Gegenbeweis durch die Vernehmung der Ehefrau zu erbringen, scheint hoch. Gleichwohl sollten Anlagevermittler/-berater aus dem Fall lernen, dass trotz entsprechender Erklärung im Zeichnungsschein dem Anleger weiterhin das Recht zusteht, sich auf Gegenteiliges zu berufen. Anlagevermittler/-berater sollten daher zukünftig stets auf eine gute Dokumentation des Beratungs-/Vermittlungsgespräches achten, um im Notfall substantiiert und schlüssig nachzuweisen, wann welche Beratungsgespräche stattgefunden haben und in welchem Gespräch der Verkaufsprospekt übergeben wurde. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass einer gründlichen und transparenten Dokumentation sicherlich eine höhere Beweisfunktion zukommen sollte und diese damit schwerer zu erschüttern sein dürfte als eine standardisierte Erklärung in der Beitrittserklärung. Eine schlüssige Gesprächsdokumentation dürfte danach durch eine Zeugenaussage wahrscheinlich nicht zu erschüttern sein, wenngleich in rechtlicher Hinsicht diese Möglichkeit selbstverständlich fortbesteht. ■

KONTAKT

Kanzlei Michaelis
Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft
Mittelweg 14, 20148 Hamburg
Telefon +49 (0)40 / 888 88-777
Telefax +49 (0)40 / 888 88-737
E-Mail info@kanzlei-michaelis.de
www.kanzlei-michaelis.de

COMFORT*Beihilfe* – intelligent, sicher, wirtschaftlich

Das Beihilfekonzept das immer passt!

Rund 1,89 Mio. Beamte und Beamtenanwärter, plus 2,3 Mio. berücksichtigungsfähige Angehörige sind Ihre Zielgruppe.

Mit dem neuen Tarifkonzept **COMFORT***Beihilfe* starten Sie erfolgreich bei Ihren Beihilfekunden durch, denn **COMFORT***Beihilfe* passt für alle Beihilfesituationen und überzeugt durch Top-Beiträge.

- **intelligent**
  passend für alle Beihilfesituationen, dynamisch bei Änderungen
- **sicher**
  hochklassige Absicherung, z. B. 100 % für Zahnersatz
- **wirtschaftlich**
  steuerbare Selbstbeteiligung, garantierte Rückerstattung, Top-Beiträge

Ihr Ansprechpartner:

Richard Lechner
Stahlstraße 17
90411 Nürnberg
Tel. 089 37417-597
Fax 0911 5697-107
Mobil 0173 2844337
richard.lechner@continentale.de
www.contactm.de/COMFORT*Beihilfe*

Die Continentale

WIR GEHÖREN WIEDER DAZU!

Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister 2013

Die SDV – Servicepartner der Versicherungsmakler AG stellte sich erfolgreich der Herausforderung des renommierten Wettbewerbs und konnte an ihren Erfolg aus dem Jahr 2011 anknüpfen.

Als inzwischen etablierter Servicedienstleister gehört die SDV AG zu den 50 kundenorientiertesten Dienstleistern. Das Ergebnis des Wettbewerbs, der vom Handelsblatt in Kooperation mit der Universität St. Gallen durchgeführt wird, wurde im Handelsblatt veröffentlicht. Der renommierte Wettbewerb für Unternehmen aller Branchen zählt seit 2006 zu den führenden Wettbewerben zum Thema Kundenorientierung. Die 50 Unternehmen mit der besten Kundenorientierung wurden am 20. März 2013 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im RheinEnergie Stadion in Köln ausgezeichnet. Direkt am Folgetag, Donnerstag, den 21. März, berichtete das Handelsblatt über den Award und seine Gewinner und stellte das Thema Kundenorientierung in den Fokus.

Gerhard Lippert nahm den Preis im Namen der SDV AG entgegen. In den sieben Dimensionen des 7-K-Models, Kompetenz, Kontrolle, Konfiguration, Kommunikation, Kooperation und Kommerzialisierung, war die SDV AG bei den 50 kundenorientiertesten Dienstleistung aus allen Branchen vorne mit dabei.

Aufgrund unseres hervorragenden Abschneidens sind wir berechtigt, das exklusive Qualitätssiegel zu tragen und so Ihr Vertrauen in uns zu stärken.

An dieser Stelle möchten wir uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe und Mitarbeit bei der Kundenzufriedenheitsbefragung bedanken! Ohne Ihre Mithilfe und Unterstützung wäre dieser Erfolg nicht zu verzeichnen gewesen!

Und doch wissen wir: »Wer rastet, der rostet« – somit nutzen wir diese Bestätigung als Antrieb, um auch künftig zu Ihrer Zufriedenheit und in Ihrem Interesse unser Servicemanagement auszubauen und unsere Stärken weiter für die gemeinsamen Ziele auszubauen!

Multi-Strategie ist, wenn nicht nur im Winter gestreut wird

Risikostreuung über verschiedene Anlageklassen ist gut. Doch für unseren Global Absolute Return Strategies Fonds (GARS) reicht uns das nicht. Deshalb setzen unsere Fondsmanager von Standard Life Investments auf Multi-Strategie: Risikostreuung über rund 30 vollwertige Anlagestrategien. Damit streben wir eine Rendite ähnlich der eines Aktieninvestments an – jedoch bei einem Bruchteil der Volatilität. Mehr über das Geheimnis unseres Erfolgsfonds erfahren Sie unter www.standardlife.de/gars

Standard Life
The Way Forward

Der neue Plattformpartner der SDV AG stellt sich vor

Der Gothaer Konzern

Der Gothaer Konzern gehört mit über 3,5 Mio. Mitgliedern und Beitragseinnahmen von vier Milliarden Euro zu den großen deutschen Versicherungskonzernen und ist **einer der größten Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit** in Deutschland.

Die Unternehmensbereiche
Das operative Geschäft tragen im Wesentlichen folgende Gesellschaften:

Die **Gothaer Allgemeine Versicherung AG** ist der Risikoträger für die Schaden- und Unfallversicherung im Gothaer Konzern. Seit seiner Gründung im Jahre 1820 zählt das Unternehmen zu den größten deutschen Sachversicherungsgesellschaften. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Angebot speziell kombinierter Versicherungskonzepte und Multi-Risk-Produkte. Maßgeschneiderte Lösungen unter Berücksichtigung spezieller Branchenanforderungen machen die Gothaer nicht nur für Privatkunden, sondern auch für gewerbliche Kunden aus Mittelstand und Industrie zu einem zuverlässigen Partner.
Ihre Servicenummer Sach: **089 / 50087 48392**

Die **Gothaer Lebensversicherung AG** blickt auf über 180 Jahre Geschichte als Partner für Versicherungsschutz und Vorsorgestrategien zurück. Im Bereich Versicherungsschutz positioniert sich die Gothaer Leben mit innovativen Biometrie-Produkten wie der familienfreundlichsten SBU, Gothaer Perikon als Produkt zur Absicherung gegen schwere Krankheiten oder Gothaer PflegeRent Invest - der ersten fondsgebundenen Pflegerentenversicherung am deutschen Markt. Mit mehr als vier Jahrzehnten Erfahrung ist ein wesentliches Wachstumsfeld die betriebliche Altersvorsorge.
Ihre Servicenummer Leben: **089 / 50087 48391**

Die **Gothaer Krankenversicherung AG** als Gesundheitsdienstleister im Gothaer Konzern bietet ihren Kunden neben bedarfsgerechtem Versicherungsschutz auch einen umfangreichen Service im Bereich der Gesundheitsberatung sowie umfassende Unterstützung im Krankheitsfall. Neben dem klassischen Geschäft im Krankheitskostenvollversicherungsbereich ist die Gothaer auch im Bereich der Zusatzversicherungen sehr gut aufgestellt. Weitere Schwerpunkte für die nächsten Jahre werden Kollektivversicherungen und das betriebliche Gesundheitsmanagement sein.
Ihre Servicenummer Kranken: **089 / 50087 48393**

Freuen Sie sich auf die nächsten Newsletter, in denen u.a. folgende Themen behandelt werden:

- Das 4Plus-Programm,
- Der Vollsortimenter im Biometriebereich,
- Mindestleistungstarife auch für das KV-Bestandsgeschäft,
- Zusammenspiel bAV und bKV,
- Nettolohnoptimierung auch für klein- und mittelständische Unternehmen
- ...

WERDEN SIE AKTIV!

Wir möchten unsere Hauszeitung transparenter machen und hoffen auf neue Ideen und Anregung Ihrerseits. Denn eine Zeitung ist nur so gut wie ihre Leserschaft.

Helfen Sie mit und geben uns ein kurzes Feedback und neue Ideen!

Wir möchten aber nicht nur unsere Hauszeitung optimieren, sondern auch unsere Medien mehr auf Ihre Bedürfnisse zuschneiden und hoffen auch hier auf Ihre Mithilfe.

Was soll in den nächsten Ausgaben erscheinen?
Wie gefällt Ihnen der Newsletter der SDV AG?
Entspricht das Intranet Ihren Vorstellungen?

Schicken Sie uns ein Fax, schreiben Sie uns einen Brief oder eine E-Mail an folgende Adresse: isabell.kramer@sdv.ag mit dem Betreff: LESERBRIEF HAUSZEITUNG SDV AG

Wir sind gespannt auf Ihre Vorschläge und hoffen auf ein volles Postfach.

Anmerkung der Redaktion: Die Verantwortlichen der Hauszeitung möchten sich an dieser Stelle bei dem »internen Hausfotografen« ganz herzlich bedanken und schätzen die Mithilfe.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
Armin Christofori
SDV – Servicepartner der
Versicherungsmakler AG
Proviantbachstr. 30, 86153 Augsburg
Telefon 08 21 / 71 008 -0
Telefax 08 21 / 71 008 -899
info@sdv.ag | www.sdv.ag

REDAKTION
Isabell Kramer

ANZEIGENSERVICE
Thomas Müller, Isabell Kramer

GESTALTUNG
FREIRAUM K . KOMMUNIKATIONSDESIGN
Karen Neumeister, www.freiraum-k.de

DRUCK
Hausdruckerei der SIGNAL IDUNA GRUPPE
Joseph-Scherer-Str. 3, 44139 Dortmund

BILDNACHWEISE
Titel: © Robert Kneschke / Fotolia.com

Seite 06 / 08: © Gina Sanders / Fotolia.com

Seite 07: © matthias21 / Fotolia.com

Seite 12: © iceteaimages / Fotolia.com

Seite 15: © openlens / Fotolia.com

Seite 17: © contrastwerkstatt / Fotolia.com
© mtkang / Fotolia.com

Seite 28: © motorradcbr / Fotolia.com

Die Verantwortung für die Inhalte der Anzeigen und Beiträge liegt beim jeweiligen Werbepartner. Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Das Copyright liegt, wenn nicht anders vermerkt, bei der SDV AG.

Wenn Ihre Kunden gern **günstige Gelegenheiten** nutzen, haben wir eine gute Nachricht für Sie.

Ein falscher Schritt, eine übersehene Ampel ... Pflegebedürftigkeit kann ganz plötzlich entstehen und über Jahre leicht ein Vermögen kosten. Sichern Sie Ihre Kunden jetzt ab. Die Gelegenheit ist günstig: Ab 2013 bezuschusst der Staat private Pflegezusatzversicherungen im Rahmen des Tarif PflegeBAHR erstmals mit 60 Euro jährlich. Jetzt staatliche Förderung nutzen und vorsorgen!

Infos unter (0231) 1 35-79 97 oder www.signal-iduna.de

SIGNAL IDUNA
gut zu wissen