# **MAKLER**MAGAZIN





So erweitern Sie Ihren Kundenstamm SEITE 06

# Akquise



# **MAKLER MEETS**

# COMPANY

Sie sind bereits Partner der SDV AG? Sie möchten sich über Neuigkeiten der SDV AG, der Versicherungsgesellschaften und der Versicherungsbranche informieren? Dann nutzen Sie Ihre Chance und nehmen Sie an unserer Veranstaltungsreihe Makler-meets-Company in Ihrer Region teil.

#### Termine für den dritten Block:

- **17. September 2018** Hamburg, Empire Riverside Hotel
  - 19. September 2018 Leipzig, Pentahotel
- 18. September 2018 Düsseldorf, Hotel Lindner
- 21. September 2018 Augsburg, SDV AG

Auch online zu finden: www.sdv.ag/veranstaltungen/makler-meets-company



# INHALT

### **SDV INTERN**

## WEITERBILDUNG

### VERSICHERUNGEN

# 04 JOURNAL

# 06 **Akquise**

So erweitern Sie Ihren Kundenstamm

Interview mit Karsten Körwer

## 14 RÜCKBLICK ZUM 4. AUGSBURGER MAKLERKONGRESS

Am 3. Mai 2018 in den Räumen der IHK Augsburg. Das Motto: "Der Weg in die duale Vergütung, denn Ihr Service ist (Mehr-)Wert!"

# 18 sdv im fokus

Aus dem Leben eines Versicherungsmaklers

# 20 RECHT UND HAFTUNG KANZLEI MICHAELIS

Hinweispflicht der möglichen Unterdeckung bei Kombination aus Darlehen und Lebensversicherung

# 22 RECHT UND HAFTUNG KANZLEI MICHAELIS

Honorareinnahmen vom Kunden? Geht das?

# 26 NEUIGKEITEN DES VERSICHERUNGSMARKTES

Bleiben Sie mit uns auf dem Laufenden.

# 28 ERGO GROUP AG

ERGO Vorsorge Lebensversicherung – Neue Produkte

# 30 STANDARD LIFE

50plus: Vorsorgeplanung mit "WeitBlick"

# 32 DIE CONTINENTALE

Krankenversicherung für Ärzte Die wirtschaftliche Lösung

38
VORSCHAU &
IMPRESSUM



# **JOURNAL**



-Editorial ——

# Liebe Leser,

im Vorfeld des Maklerkongresses am 3. Mai war uns klar: Die Dienstleistungen, die Sie als Makler erbringen, müssen stärker honoriert werden. In die Umsetzung eines neuen Vergütungsmodells haben wir einige Zeit und viele Gedanken investiert. Das Resultat: unsere Servicevereinbarung, inklusive einer einfachen technischen Abwicklung. Ganz im Sinne unseres Mottos "Der Weg in die duale Vergütung – Ihr Service ist (Mehr-)Wert!".

Daher freut mich die Resonanz auf unseren 4. Augsburger Maklerkongress und unseren Weg hin zu einer dualen Vergütung. An dieser Stelle gilt mein Dank den 400 Besuchern vor Ort und den 750 Teilnehmern am Livestream, allen Beteiligten bei der SDV AG sowie den Gesellschaften. Durch Sie alle wurde unsere gemeinsame Veranstaltung ein voller Erfolg.

Wer nicht dabei war, kann sich in dieser Ausgabe des Maklermagazins informieren. Darüber hinaus widmen wir uns in unserem Leitartikel "Akquise – so erweitern Sie Ihren Kundenstamm" Ihrer Beratungspraxis beim Kunden. Erfahren Sie mehr über die Erschlie-Bung neuer Wege bei der Kundenakquise und welches Gewicht der Faktor "online" hierbei hat.

Viel Spaß beim Lesen unseres neuen Maklermagazins wünscht Ihnen

Ihr Armin Christofori

# Amazon erobert Versicherungsgeschäft

Die Kölner Insurtech-Initiative "Insurlab Germany" hat eine neue prominente Beteiligung: Der US-Onlinehändler Amazon wird sich ab sofort an dem Netzwerk beteiligen und somit den Weg in die europäische Versicherungswirtschaft ausweiten. Erst im vergangenen Jahr hieß es, Amazon wird ein Versicherungsteam am Standort in London aufbauen. Insgesamt 28 Unternehmen arbeiten nun mit der Initiative zusammen. Insurlab Germany hat das Ziel, Versicherer und Start-ups zusammenzubringen, um gemeinsam neue digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln.

### Die Welt in Zahlen

# Über 77%

der BU-Leistungsanträge wurden 2015 bewilligt und im Durchschnitt 7.551 Euro gezahlt.

(Quelle: GDV)

# *Termine*

# GDV-Rechner zur gesetzlichen Rentenversicherung

Beitragssatz runter, Rentenniveau rauf und das Renteneintrittsalter hochschrauben – und am Ende (leider) auch die Rechnung bekommen. So läuft es in der Regel in der Rentenkommission der Bundesregierung. Wer will, kann ab sofort selbst Bundesregierung spielen: Mit dem neuen Online-Rechner des GDV namens "Rentenminister" können Sie eigenhändig an den zentralen Stellschrauben drehen. Unter rentenminister.gdv.de Ihren Reformvorschlag eingeben und die Auswirkungen bis zum Jahr 2060 einsehen.





## Immer weniger Versicherungsvertreter

Die Zahl der Personen, die hierzulande zu Versicherungen beraten und sie vermitteln, geht zurück. Laut dem Register des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) gab es im Januar 2018 noch 140.211 Versicherungsvertreter, drei Monate später nur noch 130.783. Vor acht Jahren sah das noch anders aus: Da lag die Zahl bei ihrem Höchststand von 178.780 Versicherungsvertretern.

# Schnell informiert

Das geht mit dem Smartphone und dem WhatsApp-Service der SDV AG. Dazu einfach kurz auf unsere Seite gehen

www.sdv.ag/whatsapp-newsletter und die eigene Handynummer eintragen.

### Partnertage der SDV AG

"SDV AG zum Anfassen" heißt es wieder zu den Partnertagen in unseren Räumen in Augsburg. An folgenden Terminen können Sie sich über die SDV AG informieren und mehr über uns und unsere Services erfahren.

**Wann:** jeweils 10.00 bis 14.30 Uhr **Wo:** SDV AG, Proviantbachstraße 30, 86153 Augsburg

20. Juli 2018

24. August 2018

14. September 2018

19. Oktober 2018

30. November 2018

### **Makler-meets-Company**

Aktuelle Themen aus der Branche, direkte Kommunikation und Vernetzung stehen im Fokus unserer Makler-Meets-Company-Reihe. Das sind die neuen September-Termine – wir freuen uns auf Sie:

17. September 2018 in Hamburg

18. September 2018 in Düsseldorf

19. September 2018 in Leipzig

21. September 2018 in Augsburg



## **Anmeldung:**

www.sdv.ag/veranstaltungen vertrieb@sdv.ag Telefon: 0821 / 71 008 -831

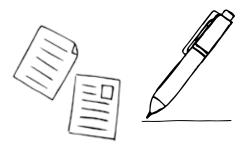




# Akquise

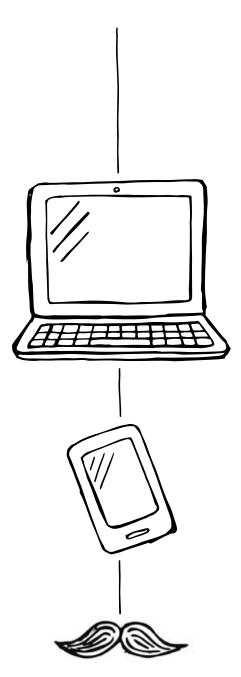
So erweitern Sie Ihren Kundenstamm

Vor allem zu Beginn der unternehmerischen Tätigkeit stellen sich Makler irgendwann die Frage, wie sie neue Kunden für sich gewinnen können. Angesichts der vielen Möglichkeiten heutzutage kann ein ambitionierter Berater viele Interessenten ansprechen. Doch wie kann er sie letztlich für sich gewinnen? Das SDV Maklermagazin ist dieser Frage nachgegangen.



# Am Anfang steht immer die Strategie.

"Ob sich der Versicherungsexperte Kunden eines bestimmten Alters, zum Beispiel 50 plus, oder mit bestimmten Bedürfnissen, etwa die Absicherung biometrischer Risiken, erschließen möchte, bestimmt letztlich auch seine Herangehensweise", sagt Stefan Eisenmann, Leiter Maklervertrieb Süd bei der SDV AG. "Die jeweilige Erstansprache und die folgenden Beratungstermine laufen danach völlig unterschiedlich ab."



Denn wie entscheidend es ist, dass der Makler die Sprache seiner potenziellen Kunden spricht, verrät auch Vertriebsexperte Karsten Körwer (siehe Interview Seite 12/13). Darüber hinaus ist Körwer überzeugt, dass ein Umdenken bei vielen Beratern stattfinden muss. "Der Vertrieb funktioniert nicht mehr so wie früher", stellt er fest. Sein Unternehmen fairtriebsconsulting hat in einer Untersuchung festgestellt, wie die Kunden an ihren Versicherungsschutz herangehen. "Zwar gibt es bei jungen Menschen auch immer noch die Eltern oder andere Personen, die auf die Notwendigkeit der Absicherung hinweisen, aber der Weg ist dennoch anders als früher."



### Online-Vertrieb für den digitalen Versicherungskunden

So befragen die meisten Menschen zunächst Google und schauen sich Videos an. Anschließend nutzen sie Vergleichsrechner und lassen sich oft sogar ein konkretes Angebot berechnen. Dann kann je nach Versicherungssparte der Berater wieder ins Spiel kommen. Vor allem bei den Produkten rund um Vorsorgethemen wünschen sie sich für den Abschluss einen persönlichen Kontakt. Die Qualität dieses Kontakts misst sich jedoch nicht unbedingt über eine permanente Verbindung. "Mit zunehmender Verjüngung der Kunden ist eine Bindung weniger entscheidend", weiß Karsten Körwer.

Die Tendenz zum Online-Abschluss belegen auch die Zahlen des Online-Portals Statista. Schlossen im Jahr 2013 rund 2,6 Millionen Menschen in Deutschland eine Versicherung online ab, waren es nur drei Jahre später bereits 4,5 Millionen. Ende 2016 hat auch der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) die Resultate einer Untersuchung mit dem Thema "Der digitale Versicherungskunde" veröffentlicht.

Ein zentrales Ergebnis lautet: Vor allem bei einfachen Produkten wird der Online-Vertrieb zunehmen. Fast jeder Zweite ist demnach dafür offen. Am häufigsten genannt werden Kfz- (21 Prozent), Haftpflicht- (7 Prozent) und Hausratversicherungen (5 Prozent). Dabei ist der Vertragsabschluss keine Frage des Alters. Laut GDV-Umfrage nutzten von den über 60-jährigen Personen in den vergangenen Jahren mit 27 Prozent beinahe so viele den Weg im Inter-

net wie die Gruppe der bis 29-Jährigen (30 Prozent). Wer einmal im Netz eine Versicherung abgeschlossen hat, traut sich das ebenfalls für komplexere Produkte zu. So können sich diese Online-Abschließer deutlich häufiger vorstellen, eine Altersvorsorge oder eine Berufsunfähigkeitsversicherung per Video-Chat abzuschließen.





### Weiterempfehlung per App

"Vor allem technikaffine Kunden, und von denen wird es in den kommenden Jahren immer mehr geben, empfehlen ihren Freunden und Bekannten solche Angebote weiter", stellt auch Stefan Eisenmann fest. Meist geschieht dies online. Über die App-Lösung mylnsure der SDV AG können Makler neue Kunden beispielsweise direkt über Empfehlungen gewinnen. Mit dem elektronischen Versicherungsordner hat der Kunde jederzeit Zugriff auf seine Policen, Anträge und weitere Dokumente wie Ausweis- oder Führerscheinkopien, die er je nach Bedarf hochladen kann. Dabei tritt die SDV AG dem Kunden gegenüber nicht in Erscheinung – allein der Makler ist Ansprechpartner.

Nachdem der Kunde die App für Android oder das iPhone heruntergeladen hat, muss er sich bei seinem Versicherungsberater zur Nutzung registrieren. Die Vorteile für den Kunden liegen auf der Hand: Alle Verträge sind hinterlegt, persönliche Daten wie Adresse oder Name können selbst geändert werden. Auf Wunsch kann über die App mit einem digitalen Maklermandat auf den kompletten Maklerservice zugegriffen werden. Und auch Schadensfälle können einfach und schnell erfasst und mittels Foto per Smartphone dokumentiert werden.

Ein weiteres Instrument zur Kundengewinnung stellt die Servicevereinbarung der SDV AG dar. "Als Ergänzung zum Maklermandat kann dieser zusätzliche Service für eine jährliche Gebühr von 69,90 Euro vereinbart werden", so Eisenmann. Zu dieser besonderen Offerte zählt beispielsweise ein kostenfreies Erstgespräch, um das Leistungsangebot des Maklers kennenzulernen. Auch eine erste Sichtung der vorhandenen Verträge mit einer Rückmeldung durch den Makler hinsichtlich aller versicherungsrechtlichen oder wirtschaftlich bedeutsamen Erkenntnisse, vor allem wenn Versicherungslücken bestehen sollten, gehört dazu. Ebenso wie eine genaue Vorsorgeplanung zur Einkommenssicherung im Alter. Dafür nutzt der Makler als Grundlage eine EDV-Berechnung mit anschließender Analyse. Dort fließen die Wünsche und Möglichkeiten des Mandanten ein.

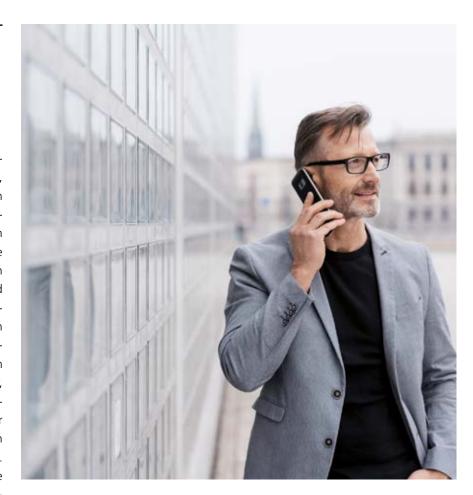






# Das Geschäftsmodell auf dem Prüfstand

"Was sich in der Ansprache und Gewinnung neuer Kunden nicht geändert hat, sind die Bedürfnisse", meint Karsten Körwer. "Zwar beschäftigen den Kunden heute eher Themen und Lösungen als Produkte, doch im Grunde möchte oder muss er sich nach wie vor gegen bestimmte Risiken absichern." Und auch wenn Kunden heute vielfach besser informiert in ein Beratungsgespräch gehen als früher, so liegt doch die fachliche Kompetenz beim Profi. "Ob beim Hausbau oder bei einer Autoreparatur, die Menschen recherchieren, unterhalten sich mit Bekannten, Freunden oder Verwandten und bekommen einen guten Einblick in das jeweilige Thema. Deswegen können jedoch noch lange nicht alle die Statik eines Hauses planen, einen Dachstuhl bauen oder einen Motorschaden am Auto reparieren", so der Vertriebsexperte. Daher ruft er Makler dazu auf, das eigene Geschäftsmodell zu überprüfen und gegebenenfalls eine Transformation einzuleiten. Karsten Körwer: "Ohne Online-Präsenz – und damit ist mitnichten nur eine eigene Homepage gemeint - wird es für die Makler der Zukunft nahezu unmöglich sein, zu überleben."





Fokus auf Online oder der direkte Draht zum Kunden? Worauf sollten Makler zukünftig bei der Kundenansprache verstärkt achten? Wir haben mit Vertriebscoach Karsten Körwer über die maßgeblichen Trends für die Beratung gesprochen.



### Karsten Körwer

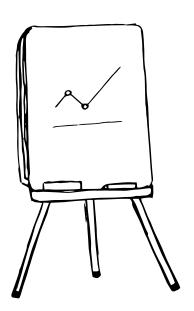
Gründer, Coach und Vertriebstrainer der Beratungsfirma fairtriebsconsulting

www.fairtriebszentrum.de



# ►► Die Sprache der Kunden zu sprechen, ist entscheidend. ◄◄

Nicht nur die Pflege von Bestandskunden sichert die Zukunft eines Versicherungsmaklers, auf Dauer müssen regelmäßig neue Kunden überzeugt werden. Die persönliche Empfehlung ist ein Weg. In unserem digitalen Zeitalter gehören die Präsenz im Internet und in den sozialen Netzwerken ebenfalls dazu. Karsten Körwer, Gründer der Beratungsfirma fairtriebsconsulting, verrät im Interview, worauf es ankommt.



# Worüber sollte sich ein Versicherungsmakler Gedanken machen, bevor er sich neue Kundengruppen erschließen möchte?

►► Zunächst muss die potenzielle Zielgruppe genauer identifiziert werden. Wer könnte zu meinen neuen Kunden gehören? Welche Themen bewegen sie? Und wie groß ist diese Gruppe? Gegebenenfalls empfiehlt sich eine Spezialisierung. Darüber hinaus gilt es zu bedenken, dass der Vertrieb heutzutage nicht mehr über Produkte stattfindet, sondern über Themen. Wenn beispielsweise ein junger Mensch seine erste eigene Wohnung bezieht und eine Hausratversicherung abschließen möchte, interessiert ihn nicht die Versicherung als solche. Vielmehr erwartet er, dass beispielsweise sein Fahrrad oder sein Fernseher ersetzt werden, sollten sie bei einem Einbruch gestohlen werden. Der Makler muss für diese Probleme Lösungsansätze liefern. Darum ist es entscheidend, die Kunden zu verstehen und ihre Sprache zu sprechen. ◄◄

#### Wie könnte das genau aussehen?

▶▶ Nehmen wir das Beispiel Generationenberatung. Viele denken hier an Senioren und deren Vermögensübertragung, Patientenverfügung und Vorsorgevollmachten. Doch eigentlich beginnt sie viel früher, nämlich bereits mit der Geburt eines Kindes. Und welche Themen bewegt nun diese junge Familie? Da wären wohl zunächst die Verlustängste. Dabei kann der Makler unterstützen, etwa mit Vorkehrungen, in denen Sorgerechtsverfügungen geklärt werden. Aber auch die finanzielle Situation muss gesichert werden. Der Berater muss sich also mit den Gedanken und Verhaltensweisen seiner Zielgruppe auseinandersetzen. Das ist umso leichter, wenn der Makler sich in seine Kunden hineinversetzt. ◄◄

# Worauf kommt es an, wenn ein Makler bei der Gewinnung neuer Kunden die sozialen Netzwerke und andere Online-Kanäle für sich nutzen möchte?

▶► Der Berater muss dort sein, wo der Kunde ihn erwartet. Das ist der wichtigste Rat. Der alte Vertriebsspruch "Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler" gilt immer noch. Im Grunde sogar heute mehr denn je. Angesichts der vielen Möglichkeiten der digitalen Welt ist der Makler stärker unter Druck. Denn er muss die Medien bereithalten und bedienen, über die der Kunde kommunizieren möchte. Andererseits eröffnet das unglaublich viele Chancen, zum Beispiel bei Online-Beratungen. Über Skype etwa müssen sich Makler und Kunde nicht mehr persönlich gegenübersitzen. Das bedeutet, dass der Makler nicht mehr nur in seinem regionalen Umfeld aktiv werden, sondern viel größere Kreise ziehen kann. Im Umkehrschluss ist daher eine entsprechende Suchmaschinenoptimierung unerlässlich, um bestmöglich im Netz gefunden zu werden. Hier empfehle ich, sich beraten zu lassen und soweit möglich auch zu vergleichen. Denn am Ende sollte das gewünschte Ergebnis im Einklang mit den richtigen Werkzeugen – und auch dem finanziellen Investment – stehen. ◄◄

### Welche Strategie sollte er dabei verfolgen?

►► Seine Strategie muss dem Ziel des Unternehmens angepasst sein. Viele Makler haben sich jedoch bisher gar nicht damit auseinandergesetzt. Vielleicht existieren Umsatzplanungen, aber darüber hinaus gibt es oftmals nicht viel. Wenn ich weiß, wohin ich mit meinem Unternehmen steuern möchte, überlege ich mir, wer mir bei der Erreichung der Ziele behilflich ist. Das sind natürlich auch die Kunden. Im zweiten Schritt denke ich dann darüber nach, welche Kunden das sein können und wie und wo ich sie finde. Jede Marketing-Maßnahme, ganz gleich ob online oder offline, wird danach darauf ausgerichtet. ◄◄

# **IMPRESSIONEN**

**VOM 4. AUGSBURGER MAKLERKONGRESS** 









### Der Maklerkongress in Zahlen:

- ► 400 Besucher vor Ort
- ► Mehr als 750 Teilnehmer im Live-Stream
- ► 44 Vorträge
- ► 14 Gesellschaften
- ► 16 Experten vor Ort
- > 30 Ansprechpartner der SDV AG





# **DUALE VERGÜTUNG**

"Es ist der allererste Schritt auf einem langen Weg"

Auch beim vierten Maklerkongress der SDV AG in Augsburg drehte sich alles um aktuelle Versicherungsprodukte und Vertriebschancen der Zukunft.

Die Digitalisierung und damit einhergehend die hybride Beratung waren wie im vergangenen Jahr ein elementares Thema bei der diesjährigen Veranstaltung. Doch viel mehr brannte dem Servicedienstleister aus Augsburg dieses Mal noch etwas anderes unter den Nägeln: Der Weg in die duale Vergütung. Dass

der Veranstalter damit einen Nerv getroffen hat, zeigte die Resonanz. Rund 400 Besucher waren der Einladung der SDV AG zum vierten Maklerkongress gefolgt. Im Livestream verfolgten weitere etwa 750 Teilnehmer die Vorträge.

### Neues aus den Ideenschmieden der Versicherer

In insgesamt sechs Räumen der Industrie- und Handelskammer präsentierte die SDV sich, ihre Dienstleistungen und Neu-

erungen gemeinsam mit fünf weiteren Versicherern. So zeigten AXA, Allianz, Die Bayerische, Signal Iduna sowie Swiss Life einiges aus ihren Ideenschmieden und boten die Vertriebsansätze gleich mit. Die fünf Versicherer zeigten ein buntes Feld aktueller Themen: Von Berufsunfähigkeitsversicherungen über private Krankenversicherung und Cyberprodukt bis hin zu Zahnzusatzversicherungen, von Pflegeabsicherung bis hin zu Altersvorsorgeprodukten war alles dabei. Einiges davon konnten Internetnutzer im Livestream verfolgen.

Dazu gehört auch der Vortrag der Swiss Life. Dominik Schaukat und Josephine Bruns stellten ihre Präsentation unter das Motto "Was wir von Kühlschränken lernen können". Was zunächst lustig klingt, ist doch gar nicht so weit hergeholt. Jeder deutsche Haushalt hat einen Kühlschrank, einfach weil jeder einen braucht. Ebenso wie bei Versicherungen: Laut Aussage der Verbraucherschützer benötigt jeder eine Haftpflichtversicherung und eine Berufsunfähigkeitsversicherung.

Um Vertriebschancen bei den privaten Krankenversicherungen ging es in dem Vortrag von Achim Boine von der Signal Iduna. Hier drehte sich alles um das Finden und die Ansprache der passenden Zielgruppen. Auf neue Vorsorgekonzepte im aktuellen Zinsumfeld konzentrierte sich Mario Granzer von der Allianz. Ansgar Lürwer von der AXA informierte über die Rentenversicherung Relax Rente Comfort Plus und Joachim Haid von der Bayerischen stellte den Riester-Tarif des Unternehmens vor. Für Aufklärung über die rechtlichen Aspekte mit ihren

Vor- und Nachteilen der gesetzlichen Veränderungen in diesem Jahr, wie die Umsetzung der IDD und der Datenschutz-Grundverordnung, sorgte die Hamburger Kanzlei Michaelis.

#### $\triangleright$

# Dienstleistungen müssen vergütet werden

Der Kunde erwartet von seinem Berater immer mehr Service. Die Digitalisierung schreitet voran und bringt komplexe Veränderungen mit sich. Zudem nimmt der Wettbewerbsdruck zu – nicht zuletzt Online-Vergleichsmöglichkeiten bei gleichzeitig schrumpfenden Einnahmequellen. Diesen Wandel der Versicherungsbranche beschrieb Armin Christofori in seinem Vortrag. All das geht an der Vermittlerschaft nicht spurlos vorbei, so seine Feststellung: Deren Zahl sinkt laut Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft kontinuierlich. Im Jahr 2013 waren es insgesamt noch 246.502 Versicherungsvermittler. In nur vier Jahren schrumpfte sie um über 25.000 auf 220.825 Vermittler.

"Das Provisionsmodell wird ja bereits seit Jahren immer kritisch hinterfragt", so der SDV-Vorstand. "Wir erwarten, dass es auf lange Sicht nicht bestehen bleibt, oder zumindest nicht in der bekannten Form. Die Dienstleistungen, die der Makler jedoch erbringt, müssen zwingend honoriert werden." Darum steht die SDV für das neue Motto: "Der Weg in die duale Vergütung, denn Ihr Service ist (Mehr-)Wert!"

Die gemeinsam mit der Kanzlei Michaelis entwickelte Servicevereinbarung ist das Konzept der SDV AG für das neue Vergütungsmodell. Die konkrete technische Abwicklung der Servicevereinbarung innerhalb der App-Lösungen der SDV AG zeigte Lisa Thoma in ihrem Vortrag zum Thema "Digitalisierung, hybride Beratung" direkt am Beispiel der Apps. Wie genau das funktioniert, können Sie im Video zum Vortrag unter www.dasmaklermagazin.de nachschauen. Hier stehen auch alle weiteren Vorträge zur Verfügung.



►► "Ich hoffe, Sie haben Spaß, mit dieser neuen Situation umzugehen. Es ist die Zeit, selbstbestimmt zu agieren und nicht abhängig zu sein. Denn unsere und Ihre Leistungen sind gut und wertvoll", rief Armin Christofori die Makler dazu auf, die Chancen zu ergreifen. ◄◄

# SDV IM FOKUS

### Tim Behrends\* setzt den neuen Datenschutz in seinem Büro um

Die Umsetzung der neuen Datenschutz-Grundverordnung zum 25. Mai 2018 sorgte in vielen Unternehmen im Vorfeld für Stress. Auch unser Mustermakler Tim Behrends hatte deswegen einiges zu tun. Doch mithilfe der Hamburger Rechtsanwaltskanzlei Michaelis hat er alle Punkte rechtzeitig erledigt.

Bereits seit Beginn seiner Tätigkeit als Versicherungsmakler ist sich Tim Behrends darüber im Klaren, wie wichtig der sorgsame Umgang mit den sensiblen Daten seiner Kunden ist. In der heutigen vernetzten Welt mit den immer populärer werdenden Angriffen aus dem Netz auf Unternehmen und Privatpersonen ist das Thema noch wichtiger geworden. Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die seit dem 25. Mai in Kraft ist, hat sein Maklerbüro jedoch noch einmal vor einige Herausforderungen gestellt.

Ganz oben auf der Liste, die abgearbeitet werden musste, standen die Überarbeitung der Maklerverträge sowie das Einholen der überarbeiteten Datenschutzeinwilligungen. Dort mussten die Kunden darauf hingewiesen werden, dass die Daten zur Eindeckung des Versicherungsschutzes an den Versicherer

weitergegeben werden. Doch nicht nur das, auch die SDV AG musste als Partner von Tim Behrends namentlich benannt sein. Der Kunde musste für das Weiterreichen der Daten über diesen Servicepartner ebenfalls zustimmen. Andernfalls hätte das Weitergeben der Informationen zur Erstellung eines Angebots einen Datenschutzverstoß bedeuten können. Daneben musste sich Tim Behrends damit beschäftigen, dass sein Maklerverwaltungsprogramm den neuen Ansprüchen genügt. Sein Anbieter muss einen datenschutzkonformen Umgang mit den personenbezogenen Daten, die Behrends täglich erhebt, garantieren.



"Der Anspruch der Kunden auf Datenübertragbarkeit kann im Ergebnis nur durch ein funktionierendes EDV-Programm gewährleistet werden", stellt Stephan Michaelis, Gründer der gleichnamigen Rechtsanwaltskanzlei, fest. Da Tim Behrends zwei Mitarbeiterinnen in Teilzeit beschäftigt, musste er sie bezüglich des neuen Datenschutzrechts instruieren. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit ist die Absicherung biometrischer Risiken. In dem Zusammenhang verarbeitet er selbstverständlich Gesundheitsdaten der Versicherten. Deshalb muss er nun Datenschutzerklärungen nutzen, die auf die DSGVO und das neue Bundesdatenschutzgesetz angepasst sind.

Außerdem befürchtete Tim Behrends, dass ihn auch seine Aktivitäten auf seiner Homepage und in den sozialen Netzwerken zu Handlungen zwingen würden. Zwar gab die Kanzlei Michaelis auf seine Nachfrage hin Entwarnung, weil das reine Präsentieren kein Problem darstellt. Sobald Behrends jedoch mit den Interessenten in Kontakt tritt, gilt auch hier das neue Recht.

(\*fiktive Person)



"Dafür ist es notwendig, dass der Makler sich aktiv um die datenschutzrechtliche Gestaltung der Onlinemedien gekümmert hat oder das schnellstmöglich nachholt", betont Stephan Michaelis. Bereits vor der neuen Verordnung gab es jede Menge Abmahnungen aufgrund fehlender oder ungenügender Datenschutzerklärungen, die schnell mehrere Tausend Euro kosten können. Einen Datenschutzbeauftragten wird Tim Behrends zunächst einmal nicht ernennen müssen. Betroffen hätte ihn dieser Punkt, wenn er mehr als neun Personen (dazu zählen auch Azubis oder Aushilfen) beschäftigen würde, die mit der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten zu tun hätten. Das ist nicht der Fall.

Ein weiterer Aspekt war die Beurteilung, ob seine Kerntätigkeit in der Verarbeitung personenbezogener Daten liegt.



"Berät und vermittelt ein Makler ausschließlich zur betrieblichen Altersvorsorge, Kranken- oder Lebensversicherung und verwendet und verarbeitet dafür naturgemäß biometrische Daten und den Finanzstatus des Kunden, könnte er dennoch einen Datenschutzbeauftragten bestellen müssen", sagt Stephan Michaelis und empfiehlt: "Der Makler sollte beim zuständigen Landesdatenschutzbeauftragten die persönliche Situation kurz schildern und anfragen, ob die Landesdatenschutzaufsicht die Einschaltung eines Datenschutzbeauftragten für notwendig erachtet."

# Steckbrief

# Tim Behrends – Pseudonym für einen durchschnittlichen SDV Makler

Tim Behrends ist 40 Jahre alt, verheiratet, hat zwei Kinder (Sohn 8 Jahre, Tochter 6 Jahre) und lebt in Friedberg. Nach seiner Ausbildung zum Versicherungskaufmann bei einem großen deutschen Versicherer bildete er sich zum Fachwirt (IHK) weiter und berät nun seit 7 Jahren als selbstständiger Versicherungsmakler hauptsächlich Privatkunden. Ein großer Schwerpunkt liegt in der Altersvorsorge. Zudem berät er zunehmend kleinere gewerbliche Kunden.

Die DSGVO hat Tim Behrends nicht nur einiges an Zeit gekostet, um alle Fragen zu klären und die betreffenden Bereiche umzuorganisieren. Auch Investitionen in die IT standen an. Im Falle eines Cyber-Angriffs auf die Daten seiner Mandanten muss Tim Behrends nachweisen, dass er jederzeit alles Mögliche für den Schutz unternommen hat. Für ihn bedeutete das, einen neuen Server zu kaufen und in Sicherheitssoftware zu investieren. Den Nachweis, dass er alle denkbaren Maßnahmen ergriffen hat, muss er entsprechend durch Protokolle erbringen.

"Je mehr jeder Makler seine Bemühungen um den Datenschutz protokolliert, umso besser kann er sich gegenüber den Landesdatenschutzbeauftragten rechtfertigen", weiß Michaelis. "Der Abschluss einer Cyberversicherung dient ebenfalls als Instrument zur Risikostreuung und kann mit Blick auf die zunehmende Digitalisierung, auch im Unternehmen eines Maklers, sinnvoll

sein", sagt der Rechtsexperte. Wichtig sei dabei, dass sich der Versicherungsschutz nicht auf bestimmte Angriffe und bestimmte Medien beschränkt, sondern ein weitreichender Versicherungsschutz besteht. "In jedem Fall ist es wichtig, neben den Fremdschäden auch die eigenen Kosten, die nach einem Cyber-Angriff entstanden sind, abzusichern", rät Stephan Michaelis.

Die Hamburger Kanzlei Michaelis unterstützt SDV Partner wie Tim Behrends. Zusammen mit der SDV AG stellt die Kanzlei den Maklern ein Datenschutz-Care-Paket zur Verfügung. Damit erhalten die Nutzer eine Schritt-für-Schritt-Anleitung in puncto Datenschutz mit hilfreichen Dokumenten und Tipps aus der Praxis. "Arbeitet der Versicherungsmakler die enthaltenen Punkte wie eine Checkliste ab und setzt alle im eigenen Unternehmen um, agiert er auf einem hohen Niveau in Sachen Datenschutz", fasst Michaelis zusammen.

# HINWEISPFLICHT DER MÖGLICHEN UNTERDECKUNG

bei Kombination aus Darlehen und Lebensversicherung

von RA Boris-Jonas Glameyer, Fachanwalt für Bank- & Kapitalmarktrecht

Ein Darlehen mit dem Abschluss einer Lebensversicherung zu kombinieren, ist keine unübliche Finanzierungsvariante. Nicht nur Banken, sondern auch Versicherungsmakler haben häufig diese Finanzierungsvariante empfohlen.

Allerdings können dem Darlehensnehmer dadurch erhebliche wirtschaftliche Nachteile entstehen, wenn die Lebensversicherung am Ende nicht wie geplant zur Darlehenstilgung reicht. Über diese Risiken einer möglichen Unterdeckung muss vor Vertragsschluss aufgeklärt werden. Andernfalls liegt eine Beratungspflichtverletzung vor, die zum Schadenersatzanspruch des Kunden führen kann. Die Verjährungsfrist für einen Anspruch bei Falschberatung beginnt dabei mit Abschluss der zur Finanzierung empfohlenen Verträge.



Dies hat der Bundesgerichtshof (BGH) mit Urteil vom 16.05.2017, AZ.: XI ZR 430/16, entschieden und damit seine Rechtsprechung zu Beratungspflichtverletzungen vor Abschluss solcher Verträge ergänzt.



**Boris-Jonas Glameyer** 

Rechtsanwalt, Fachanwalt für Bank- & Kapitalmarktrecht und Fachanwalt für Handels- & Gesellschaftsrecht. Mehr zum Autor unter www.kanzlei-michaelis.de Im verhandelten Rechtsstreit wollte eine Ärztin ihre Arztpraxis finanzieren. Hierfür unterzeichnete sie eine Kombination aus Darlehensvertrag und eine als "Tilgungsversicherung" bezeichnete Kapitallebensversicherung. Zu diesem Finanzierungsmodell hatte ihre Bank geraten. Die Darlehenssumme sollte mit einer Einmalzahlung aus der Lebensversicherung am Ende der Laufzeit komplett getilgt werden. Die Bank unterließ es jedoch, die Ärztin über die Risiken dieses Finanzierungsmodells aufzuklären. Nach Ablauf der 12-jährigen Darlehenslaufzeit erhielt die Ärztin aus der Lebensversicherung aufgrund deren schlechter Entwicklung wesentlich weniger ausgezahlt, als im Beratungsgespräch durch die Bank prognostiziert. Folglich musste sie zur Ablösung des Darlehens erhebliche weitere Gelder aufbringen. Bei ordnungsgemäßer Beratung hätte sie ein Annuitätendarlehen mit einer geringeren monatlichen Ratenzahlung aufgenommen. Diese Finanzierung wäre also im vorliegenden Fall ohne Risiko und damit wesentlich günstiger gewesen, als das von der Bank empfohlene Finanzierungsmodell.

Nach der Rechtsprechung des BGH liegt eine fehlerhafte Beratung der Bank über die wirtschaftlichen Nachteile und Risiken des empfohlenen Finanzierungsmodells vor. Die Bank hätte darüber aufklären müssen, dass die Leistung aus der Lebensversicherung möglicherweise nicht zur vollständigen Tilgung des Darlehens am Ende der Laufzeit genügen könnte. Dies hat sie nicht getan. Die Bank hat damit die ihr obliegende Aufklärungspflicht verletzt. Folglich kann die Ärztin gegen die finanzierende Bank im Wege des Schadenersatzes die Erstattung der daraus resultierenden wirtschaftlichen Nachteile verlangen. Wenn Verbraucher falsch bzw. unvollständig beraten werden, haftet der Vermittler des Finanzproduktes für seine fehlerhafte Beratung.

## Zehnjährige Verjährung beachten!

Vorliegendes Urteil zeigt allerdings auch, dass es Verjährungsfristen zu beachten gilt. Der BGH hat in Fortsetzung seiner ständigen Rechtsprechung auch vorliegend entschieden, dass der Schadenersatzanspruch im Falle einer fehlerhaften Finanzierungsberatung bereits mit dem Abschluss der zur Finanzierung und Tilgung empfohlenen Verträge entsteht. Dementsprechend beginnt dann auch die Verjährung zu laufen. Der Schaden entsteht also nicht erst zu dem Zeitpunkt, an dem der Auszahlungsbetrag der Lebensversicherung feststeht und nicht zur Darlehenstilgung reicht. Zwar ist der für den Verjährungsbeginn maßgebliche Eintritt eines Schadens regelmäßig erst anzunehmen, wenn es zu einer konkreten Verschlechterung der Vermögenslage gekommen ist. Nach der Rechtsprechung des BGH stellt jedoch der auf einer Aufklärungspflichtverletzung beruhende Abschluss eines für den Darlehensnehmer nachteiligen – weil riskanten – Finanzierungs- und Tilgungsmodells bereits für sich genommen einen Schaden dar, weil dieses Finanzierungsmodell nicht den Zielen und Vermögensinteressen des Kunden entspricht.

Die Schadenersatzansprüche in Folge einer Falschberatung verjähren auf den Tag genau zehn Jahre nach Abschluss der Verträge, § 199 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 BGB. Da im vorliegenden Fall die zehnjährige Verjährungsfrist zwei Jahre vor Ablauf der Verträge endete, hat die klagende Ärztin wegen bereits eingetretener Verjährung keinen durchsetzbaren Schadenersatzanspruch mehr gegen die Bank gehabt.



# Fazit

Über das erhebliche wirtschaftliche Risiko einer Unterdeckung bei einem solchen Finanzierungsmodell ist unbedingt vollständig aufzuklären und diese Aufklärung ist in die Beratungsdokumentation aufzunehmen. Darlehensnehmer, die ähnliche Finanzierungsmodelle abschließen oder in der Vergangenheit bereits abgeschlossen haben, sollten rechtzeitig prüfen, ob die Rechnung aufgeht oder ob hier möglicherweise Risiken bestehen. Sie können von uns prüfen lassen, ob solche Risiken bei bereits bestehenden Finanzierungsmodellen bestehen und ob möglicherweise Schadenersatzansprüche gegen die finanzierende Bank wegen Falschberatung geltend gemacht werden können.

Wer zu lange wartet, geht aber leer aus. Eine Feststellungklage ist innerhalb von 10 Jahren nach Vertragsschluss zu erheben, damit ein drohender Schaden bei der später anstehenden Tilgung des Darlehensvertrages vermieden werden kann.

# HONORAREINNAHMEN VOM KUNDEN? GEHT DAS?

von RA Stephan Michaelis LL.M., Fachanwalt für Versicherungsrecht und für Handels- und Gesellschaftsrecht

Darf ein Versicherungsmakler überhaupt ein Honorar von seinem Kunden nehmen? Und wenn ja, wofür darf er ein solches Honorar nehmen?

Um sich der Thematik "Honorarvergütungen" ein wenig anzunähern, sollten wir zunächst zwei rechtliche Bereiche unterscheiden:

#### 1. Vermittlungshonorar

Eine der beiden wichtigen Grundfragen besteht darin, zu klären, wofür überhaupt ein Honorar gezahlt werden soll? Ist es für die Vermittlung oder für andere Tätigkeiten?

Zunächst müssten wir also klären, ob der Versicherungsmakler für die Vermittlung eines Versicherungsproduktes ein Honorar vom Kunden nehmen darf. Diese Frage ist klar mit einem "Ja" zu beantworten. Ich würde dies als eine Art "Courtage vom Kunden" bezeichnen. Dem Wesen nach ist es ein erfolgsabhängiges Vermittlungsentgelt, welches der Kunde erst dann zu bezahlen hat, wenn auch tatsächlich rechtswirksam ein



Stephan Michaelis

Fachanwalt für Versicherungsrecht, Versicherungskaufmann mit der Note sehr gut und Auszeichnung. Mehr zum Autor unter www.kanzlei-michaelis.de Versicherungsvertrag vermittelt wurde. Dies ist die typische Tätigkeit eines Versicherungsmaklers. Sowohl bei Gewerbekunden als auch bei Privatkunden kann er also derartige Vermittlungshonorarvereinbarungen treffen. Üblicherweise werden die Honorarvereinbarungen bei der Vermittlung von "Nettotarifen" vereinbart. Ein Nettotarif kennzeichnet sich dadurch, dass der Versicherer gerade keine Vergütung zahlt. Daher der Begriff "netto", also ohne Vermittlungsvergütung. Der BGH hat schon mehrfach die Rechtsfrage geklärt, dass der Vermittler, egal ob Vertreter, Mehrfachvertreter oder Makler, berechtigt ist, derartige Verträge zu vermitteln sowohl bei dem Verbrauchergeschäft als auch bei den gewerblichen Kunden.

Die EU-Vermittler-Richtlinie ging sogar so weit, die Doppelvergütung ausdrücklich zu gestatten. Dem Grunde nach ist es also nach EU-Recht möglich, dass ein Versicherungsvermittler sowohl vom Kunden als auch vom Versicherer vergütet wird. In diesem Fall sind natürlich die jeweiligen Vergütungen offenzulegen. Der Vermittlungsvorgang muss hinsichtlich der Vergütungshöhe transparent und nachvollziehbar sein. Daher ist es dem Grunde nach auch rechtlich vorstellbar, dass ein Vermittlungshonorar von dem Kunden auch für die Vermittlung von Brutto-Tarifen vereinbart werden könnte.

Gerade in den Zeiten, in denen heftig diskutiert wird, die Abschlussvergütung bei Lebensversicherungsprodukten erheblich zu senken, ist dieser Weg vielleicht der letzte Ausweg für den Vermittler, bei der Vermittlung derartiger Produkte seine "Betriebskosten plus x" decken zu können.

### 2. Die "klassische" Honorarvergütung

Unter der klassischen Honorarvergütung verstehen die Juristen in erster Linie eine Dienstleistungstätigkeit, die von einem Kunden vergütet wird. Der Vermittlungserfolg ist also keine Voraussetzung für eine Dienstleistungsvergütung. Bei einer Dienstleistungsvergütung muss nur die Dienstleistung erbracht werden, sodass entsprechend der Vergütungsanspruch entsteht.

Problematisch kann es werden, wenn die Dienstleistung Elemente enthält, die im Rahmen der Vermittlung ohnehin erbracht werden müssen. Auch hier gilt es dann wieder eine Abgrenzung vornehmen zu können, was denn nun als Vermittlungsleistung und was wiederum als Dienstleistung abgerechnet werden kann.

Völlig außer Frage steht es, dass zum Beispiel mit einem gewerblichen Kunden eine solche Honorarvereinbarung geschlossen werden kann, also dem Grunde nach mit allen "Nicht-Verbrauchern". Hier können Vergütungsvereinbarungen getroffen werden, die ganz unterschiedliche Dienstleistungen vergüten, die ein Versicherungsmakler (aus dem Gewerberecht) erbringen darf, zum Beispiel die Analyse eines Versicherungsbedarfes, die Erstellung von weiteren Gutachten, die Unterstützung bei der Schadenregulierung, um nur einige Beispiele zu nennen. Diese Dienstleistung kann der Versicherungsmakler anbieten und sich natürlich vergüten lassen.

Problematisch ist es, ob solche Dienstleistungsvereinbarungen auch mit einem Verbraucher geschlossen werden können. Dies wird als strittig diskutiert. Der Großteil der rechtlichen Vertreter vertritt die Auffassung, dass jedenfalls Servicevereinbarungen auch mit einem Verbraucherkunden getroffen werden können. Eine Servicevereinbarung ist daher ein pauschaliertes Entgelt, welches der Kunde zahlt für alle "Nicht-Vermittlungsleistungen".

Es gibt also viele Dienstleistungen, die von einem Versicherungsvermittler erwartet werden, die mit der eigentlichen Versicherungsvermittlung nichts unmittelbar zu tun haben. Der Service eines guten Versicherungsvermittlers ist sehr weitrechend: Zum Beispiel bei der Analyse erbringt er oft kostenlos die Aufgaben einer Bestandssichtung, einer Altersvorsorgeplanung, holt Renteninformationen ein, macht Rendite-Checks oder auch Risikovoranfragen, ob ein Risiko überhaupt versicherbar ist.

Auch im Rahmen der Betreuungstätigkeiten werden viele Leistungen erbracht, die gegenüber dem Versicherungsvermittler nicht gesondert abgerechnet werden. So erstellt er häufig Gesamtübersichten über den Versicherungsbestand, legt Versicherungsordner an, pflegt einen Notfallordner, übernimmt die weitere Korrespondenz, archiviert Fotos oder bietet Optimierungsmöglichkeiten der zu versichernden Verträge an.

Auch im Schadenfall geht es weit über die Weiterleitung einer Schadenanzeige hinaus. Neben der Erläuterung der Versicherungsbedingungen erfolgt auch eine aufwendige Schadenkoordination im Versicherungsfall.

Auch weiteren Service bietet ein Versicherungsvermittler gerne an. Neben E-Mail-Informationen wird eine Kundenzeitung gefertigt, der Kunde erhält einen Notfallservice oder aber auch die Einsicht in Online-Kundenportale oder Anbietung von Kunden-Apps.



Eines der attraktiven Highlights kann auch darin bestehen, dass eine renommierte Fachanwaltskanzlei den Kunden im Schadensfall unterstützt, zum Beispiel mit einem kostenlosen Telefonat.

Sollen alle diese möglichen Leistungen eines Versicherungsvermittlers kostenfrei sein? Ist es nicht vielmehr sachgemäß, dass der Kunde auch hierfür eine angemessene Vergütung zahlen darf, damit er einen derart guten Service erhält?! Wir sind der klaren Auffassung, dass der Kunde berechtigt ist, solche zusätzlichen Serviceleistungen vergüten zu dürfen. Auch der Verbraucher-Kunde soll das Recht haben, derartige Leistungen zu erhalten und bezahlen zu dürfen. Natürlich muss es sich dabei um ein angemessenes

Preis-Leistungs-Verhältnis handeln.

#### 3. Umsatzsteuer

Achtung: Wenn Dienstleistungen erbracht werden, sind diese grundsätzlich umsatzsteuerpflichtig. Der Versicherungsmakler muss also grundsätzliche eine Umsatzsteuer ausweisen. Dies muss er nur dann nicht, wenn seine Leistungen im Rahmen von § 4 Nr. 11 UStG befreit ist. Eine solche Befreiung gibt es aber nur, wenn es sich um eine echte Vermittlungsleistung handelte. Also ist eine Umsatzsteuer auf die Servicehonorare zu entrichten. Gleichwohl hat der Versicherungsmakler die Möglichkeit, sich von seiner Umsatzsteuerpflicht befreien zu lassen, wenn die Kleinunternehmerregelung greift. Dies ist bitte jeweils mit dem Steuerberater und dem zuständigen Finanzamt abzuklären.

Ein zweites Achtung! Derartige Leistungsversprechungen sind einklagbar und auch einzuhalten. Deshalb sollte der Versicherungsmakler genau definieren, welche Leistungen er erbringt und sollte dies auch mit seiner Vermögensschadenhaftpflichtversicherung abstimmen. In der Regel, so ist unsere Erfahrung, wird eine solche Servicevereinbarung kostenfrei in die Vermögensschadenhaftpflichtversicherung eingeschlossen. Dies sollte aber zwingend geklärt werden. Sonst beruft sich der Versicherer möglicherweise genau darauf, dass es sich hier um einklagbare Hauptleistungspflichten handelt, die nicht zur Versicherungsvermittlung gehören. Dieser Eventualität ist also vorzubeugen. Natürlich brauchen Sie auch für Ihre zusätzlichen Dienstleistungen Versicherungsschutz!



# **Fazit**

Ich persönlich bin davon überzeugt, dass ein guter Service auch eine angemessene Vergütung braucht. Die Versicherungsvermittler sollten bei ihren Bestandskunden über derartige Mehrwerte sprechen und sich einen weiteren "eigenen Bestand" aufbauen.

Viele Versicherungsnehmer sind bereit, eine zusätzliche Vergütung laufend und langfristig zu zahlen. Hiermit kann sich der Versicherungsvermittler erhebliche Bestandseinnahmen sichern. Dieses Potenzial sollte ein Versicherungsmakler nicht ungenutzt lassen. Überzeugen Sie die Kunden also nicht nur von einem geeigneten Versicherungsprodukt, sondern auch von einem Servicepaket, welches nur wenige Versicherungsvermittler anbieten können. Sie zum Beispiel können als SDV Partner ein exzellentes Servicepaket anbieten und sollten dies auch mit Ihren Kunden in jedem Gespräch erörtern! Ich wünsche Ihnen dabei viel Erfolg!



ALTERSVORSORGE BRAUCHT RENDITE UND EIN STARKES FUNDAMENT. VERTRAUEN SIE UNS.

### Interessiert?

Dann wenden Sie sich an Ihren vertrieblichen Ansprechpartner: Markus Zinser Telefon: 0173-5398431

markus.zinser@canadalife.de

www.thehomeofinvestment.de

Canada Life Assurance Europe plc unterliegt der Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und der Central Bank of Ireland.

Canada Life Assurance Europe plc, Niederlassung für Deutschland, Höninger Weg 153a, 50969 Köln, AG Köln www.canadalife.de









### Canada Life: Rendite? Garantiert?

Wie verschafft sich die "Generation Rentenlücke" ein ausreichendes und lebenslanges Einkommen? Am besten mit guten Renditeaussichten. Das Kommunikationspaket der Canada Life unterstützt Sie bei der Kundenansprache.



### AXA: Überarbeitung Profi-Schutz Cyber-Baustein

Der Cyber-Baustein, den die AXA optional zur Profi-Schutz-Haftpflichtversicherung anbietet, wurde überarbeitet und verbessert. Kunden können nun zwischen einer Versicherungssumme von 100.000 und 250.000 Euro wählen. Neu im Versicherungsschutz sind vorsätzliche Daten- und Programmänderungen durch eigene Mitarbeiter in schädigender Absicht sowie Telefon-Hacking.



# Baden-Badener: Besserleistung Unfall-Neuverträge – ohne Aufpreis

Es ist vorgesehen, dass die Baden-Badener Versicherung AG per Anfang Oktober 2018 in die zentralen Geschäftseinheiten der Zurich Gruppe Deutschland integriert wird (vorbehaltlich der Zustimmung der zuständigen Aufsichtsbehörde).

Auf dem Weg zur Integration hat sich die Baden-Badener eine besondere Aktion überlegt: Ab sofort erhalten Sie im Neugeschäft diverse Besserleistungen für ausgewählte Unfall-Deckungskonzepte. Beispielsweise erhält Ihr Kunde bei einem Unfall im Top-Tarif anstatt bisher bis zu vier Jahre nun bis zu fünf Jahre Krankenhaustagegeld – und dies ohne Mehrprämie.



# NV-Versicherung: neue Hausratversicherung

35 brandneue und 23 stark verbesserte Leistungserweiterungen: Wir präsentieren Ihnen pünktlich zum Frühling die neuen Hausratprodukte NV HausratPremium 6.0, NV Hausratmax. 6.0 und NV HausratSpar 6.0.

Das Top-Produkt NV HausratPremium 6.0 glänzt nicht nur durch einen ausgezeichneten Versicherungsschutz – es wird auch deutlich günstiger. So konnte der Tarifbeitrag um 15 % gesenkt werden. Außerdem gibt es einen enorm günstigen Glasbruchtarif. Ebenfalls wird eine neue nachhaltige Hausratversicherung der Marke "grün versichert" angeboten.



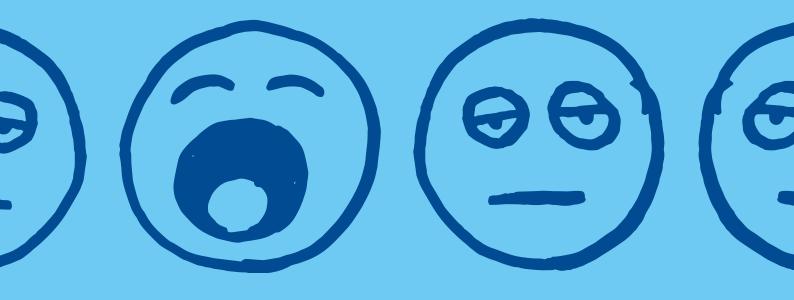
Mehr dazu finden Sie immer aktuell in Ihrem persönlichen SDV Extranet.











# THEMA FAIRNESS? LAAAAANGWEILIG.

Weil es für uns selbstverständlich ist: z.B. dank unserer ausgezeichneten BU-Leistungsregulierung<sup>1</sup> und einer Top-Leistungsquote<sup>2</sup>.

Mehr unter www.allianz-fuer-makler.de/bu





<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Quelle: ASSEKURATA Rating 08/2017

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Quelle: M&M Office 3.43.001, Stand Mai 2017, Abb. D V17033



# ERGO VORSORGE LEBENSVERSICHERUNG NEUE PRODUKTE

Die ERGO Vorsorge Lebensversicherung bietet ihren Kunden seit dem Jahresende 2017 zwei neue Rentenversicherungen für die private Altersvorsorge. Ergänzt wird die Produktoffensive durch eine neue Risikolebensversicherung.

#### **ERGO Rente Index**

Die ERGO Rente Index bietet zum vereinbarten Rentenbeginn eine Beitragsgarantie von 100 Prozent. Allerdings reicht Sicherheit allein in Zeiten niedriger Zinsen nicht. Deswegen erhalten Kunden mit den neuen Index-Policen die Chance auf eine bessere Rendite als bei traditionellen klassischen Rentenversicherungen. Die Kunden können in jedem Jahr entscheiden, ob sie die Überschussbeteiligung ihrem Guthaben zurechnen lassen oder an der Wertentwicklung eines eigens für ERGO entwickelten Index der Munich Repartizipieren möchten.

### **ERGO Rente Balance**

Die für die private Altersvorsorge neu entwickelte ERGO Rente Balance zeichnet sich vor allem durch Renditechancen und Anlageflexibilität aus. ERGO bietet hier eine am Markt einzigartige Kombination aus renditestarker Anlage in erstklassigen Investmentfonds und dem sicheren Hafen einer Indexpolice. Kunden können bei der ERGO Rente Balance mit Beiträgen oder dem Guthaben gebührenfrei zwischen klassischem Sicherungsvermögen mit Indexbeteiligung und Fondsanlage wechseln - jeden Monat neu und sowohl komplett, als auch teilweise. Das bedeutet: Mit der ERGO Rente Balance kann ein Guthaben gesichert werden

und ein Teil oder alles für die Chance auf mehr Rendite am Kapitalmarkt genutzt werden. Und dies jeweils angepasst an das veränderte Sicherheitsempfinden im Laufe des Lebens. Diese Flexibilität in der Kapitalanlage ist einzigartig im deutschen Markt.

### **ERGO Risikolebensversicherung**

Die neue Risikolebensversicherung von ERGO zeichnet sich durch einen Mix aus preisgünstigen und leistungsstarken Tarifen aus. Der Grundschutz der neuen ERGO Risikolebensversicherung zählt zu den preisgünstigsten Angeboten am Markt. Die zusätzlichen Leistungspakete Komfort und Premium richten sich an Kunden, die Nachversicherungsgarantien und umfangreiche Serviceleistungen bei einem gleichzeitig attraktiven Preis-Leistungsverhältnis wünschen.



Kontakt



**Peter Zemmrich**Maklerbetreuer
ERGO Group AG, VD Finanzvertriebe und Fin Tech

Telefon 0179 / 732 33 07 E-Mail: peter.zemmrich@ergo.de





# 50PLUS: VORSORGEPLANUNG MIT "WEITBLICK"

Die Generation 50plus ist bekanntlich sehr heterogen. Große Unterschiede zeigen sich auch bei den Anforderungen an die eigene Finanzplanung. So wollen viele Best Ager die bestehende Altersvorsorge aufstocken bzw. bestehende Lücken schließen. Andere suchen nach Möglichkeiten, wie sie ihr angespartes Geld im Alter verwenden können. Dabei geht es natürlich auch darum, sich lang erwünschte Träume zu erfüllen und einen schönen Ruhestand genießen zu können. Und vielen geht es darum, ihr Vermögen ganz oder teilweise auf Angehörige steuergünstig zu übertragen. Standard Life hat Lösungen entwickelt, die den speziellen Kundenbedürfnissen besonders Rechnung tragen.

Das Durchschnittsalter der deutschen Bevölkerung steigt stetig und liegt aktuell bei 46,2 Jahren. Rein zahlenmäßig dominieren die 50- bis 60-Jährigen mit rund 13,5 Millionen Männern und Frauen inzwischen die deutsche Alterspyramide – und es werden immer mehr: Zwischen 2018 und 2030 wird der Altenquotient also das Verhältnis der Personen im Rentenalter, etwa 65 Jahre und älter, zu 100 Personen im erwerbsfähigen Alter – von heute 36 auf dann 50 steigen. Zur numerisch starken Präsenz kommt eine bedeutende wirtschaftliche Komponente: Die Generation "50 plus" gilt allgemein als Altersgruppe mit relativ großer Kaufkraft und hohem Kapital, das durch jahrzehntelange Arbeit, aber auch Erbschaften oder ausgelaufene erste Lebensversicherungsverträge erworben worden ist. Einer Analyse des Deutschen Instituts für Wirtschaft (DIW) zufolge werden alljährlich bis zu 400 Milliarden Euro vererbt und verschenkt – ein Viertel mehr als bislang in Studien geschätzt wurde. Hinzu kommt, dass viele Lebensversicherungskunden im vergangenen Jahr Ablaufleistungen aus ihren Policen in Höhe von 80 bis 100 Milliarden Euro erhalten haben.

Für die Generation 50plus beginnt eine zweite Phase der Altersvorsorge. Während die erste Phase von Ansparprozessen und Vermögensaufbau geprägt war, steht in der nun anstehenden Phase die Verwendung des angesparten Kapitals im Vordergrund. Neben der eigenen finanziellen Absicherung spielen dabei

auch die Vermögensübertragung, also Fragen rund um die Themen "Erben und Schenken" eine wichtige Rolle. Kunden suchen also nach Möglichkeiten, wie sie das Vermögen steueroptimiert an die kommende Generation übertragen können. Gleichzeitig fragen sich Kunden, wie sie in Zeiten niedriger Zinsen und volatiler Kapitalmärkte anlegen können.

Standard Life hat mit der fondsgebundenen Lebensversicherung "WeitBlick" genau für diese Fragestellungen die passende Lösung entwickelt. Die Fondspolice, die mit einem Einmalbeitrag ab 25.000 Euro abgeschlossen werden kann, bietet mit einem Auszahlungsplan flexible Möglichkeiten zur Kapitalverwendung. Der Kunde kann bestimmen, in welchen Ab-

ständen er gerne regelmäßige Teilauszahlungen automatisch überwiesen haben möchte – möglich ist dabei eine monatliche, vierteljährliche, halbjährliche oder jährliche Auszahlung. Dadurch können bereits vorhandene Rentenzahlungen aus der gesetzlichen Rente, der privaten oder betrieblichen Altersvorsorge planbar ergänzt werden. Die Höhe und Häufigkeit der Auszahlung ist individuell wählbar und jederzeit flexibel änderbar.

Mit Hilfe der "Familien-Option" können Versicherungsnehmer ihr Vermögen frühzeitig und steuerlich sinnvoll zwischen den Generationen übertragen. Möglich wird dies, indem Kunden ihren Vertrag auch mit zwei Versicherungsnehmern und/oder zwei versicherten Personen ausgestalten können. Dabei können sie selbst entscheiden, ob sie ihren Ehepartner, ihr Kind oder eine andere ihnen nahestehende Person als zweiten Versicherungsnehmer einbinden möchten. Unter anderem ermöglicht es die "Familien-Option", die bei Schenkungen häufig zur Anpassung an steuerliche Freibeträge genutzte 1 % zu 99 % Aufteilung zu wählen - oder jede andere individuell passende Kombinationen aus ganzzahligen %-Zahlen. Dadurch ist eine Reihe von Konstellationen sehr individuell darstellbar. Für diese Vermögensübertragung zu Lebzeiten sind weder notarielle Beurkundungen noch spätere testamentarische Zudem Aktualisierungen notwendig. können Versicherungsnehmer Freibeträge bei der Erbschafts- und Schenkungssteuer nutzen.

Bei der Kapitalanlage setzt Standard Life auf hauseigene Fonds, die auch in Zeiten niedriger Zinsen positive Erträge erwirtschaften und gleichzeitig das Risiko für den Kunden reduzieren können. Dazu gehören neben Absolute-Return-Fonds besonders die Multi-Asset-Lösungen der MyFolio-Fondsfamilien. Die MyFolios legen breit diversifiziert an und bewegen sich in klar vorgegebenen Volatilitätskorridoren. Sie sind in fünf verschiedenen Risikoeinstufungen von "defensiv" bis "sehr chancenorientiert" verfügbar und bieten so für Kunden unterschiedlichster Risikoneigung die passende Lösung. Der Berater kann gemeinsam mit seinem Kunden die individuelle Risikoneigung ermitteln und ihm dann den entsprechenden MyFolio-Fonds empfehlen. Der Kunde weiß dann genau, in welchem Schwankungsbereich sich sein Fonds bewegen wird und kann sich sicher sein, dass Standard Life für ihn die dem Risikoprofil entsprechende Rendite erwirtschaften wird. Dies erhöht die Planbarkeit für den Kunden. "WeitBlick" hat aber noch mehr in Sachen Risikoreduzierung zu bieten. In der Anfangsphase des Vertrages kann der Kunde ein Startmanagement wählen. Der Einmalbeitrag wird zunächst in einen risikoreduzierten Startfonds investiert und danach in einem Zeitraum von ein bis drei Jahren sukzessive in die gewünschte Fondsauswahl transferiert. Dadurch kann das Risiko entschärft werden, den richtigen Anlagezeitpunkt mit einer Einmalanlage treffen zu müssen.

Mit der Kombination aus flexiblem Auszahlungsplan, steueroptimierter Vermögensübertragung, hoher Flexibilität und risikobasierter Kapitalanlage bietet "WeitBlick" eine speziell auf die Bedürfnisse der Zielgruppe 50plus zugeschnittene Lösung, die sich deutlich von anderen Angeboten abhebt und dem Berater dadurch einen sehr guten Zugang zu dieser attraktiven Zielgruppe bietet.

### Kontakt



**Lars Rieger**Sales Consultant

Mobil: 0173 / 709 67 16

E-Mail: lars.rieger@standardlife.de

www.standardlife.de



# Krankenversicherung für Ärzte DIE WIRTSCHAFTLICHE LÖSUNG

Krankenversicherungen für Ärzte gibt es viele. Meist stehen dabei Höchstabsicherungen ohne Selbstbeteiligung im Vordergrund. Solche Tarife haben natürlich ein entsprechend hohes Beitragsniveau. Dabei gehen Mediziner eher selten zu ihren Kollegen, wenn sie krank sind. Sie behandeln sich häufig selbst und verhalten sich so äußerst wirtschaftlich. Und Wirtschaftlichkeit erwarten sie im Gegenzug auch von ihrer Krankenversicherung.

# **BLICK**

COMFORT-MED NIMMT TOP-MARKTPOSITIONIERUNG UNTER DEN ARZT-TARIFEN EIN

r BEITRAGSHÖHE IST AKTIV BEEINFLUSSBAR

RECHNUNGEN KÖNNEN BEQUEM PER APP Fündig werden sie bei der Continentale, die mit COMFORT-MED einen wirtschaftlichen, leistungsstarken und flexiblen Tarif speziell für Mediziner anbietet.

# Gesundheitskosten selbst beeinflussen

Durch das innovative Selbstbeteiligungskonzept und die Möglichkeit der Beitragsrückerstattung können Versicherte ihre Gesundheitskosten sogar aktiv beeinflussen. Die Selbstbeteiligung beträgt 20 Euro pro Arztbesuch, Behandlungstag oder Rezept, für Hilfsmittel sind es 50 Euro. Bei Medikamenten können die Versicherten die Selbstbeteiligung ganz vermeiden, wenn sie sich für Generika entscheiden. Nimmt der Versicherte keine Leistungen in Anspruch, sieht der Tarif eine Beitragsrückerstattung von bis zu sechs Monatsbeiträgen vor. Vermittler haben damit ein handfestes Argument zur Absicherung der ganzen Arzt-Familie

in der privaten Krankenvollversicherung der Continentale.

# Starke Leistungen, flexibel kombinieren

Sie alle haben Zugriff auf starke Leistungen. Ambulant und bei Zahnbehandlungen wird bei freier Arztwahl bis zum Höchstsatz der Gebührenordnungen erstattet. Verbunden mit einer stationären Ergänzungsversicherung bietet COMFORT-MED Höchstleistungen in fast allen Bereichen. Mit dem Stationärtarif SP sichert sich der Kunde im Krankenhaus die Behandlung durch den Chefarzt – und das gegebenenfalls über die Höchstsätze der Gebührenordnung hinaus. Dazu sieht der Tarif eine Unterbringung im 1- oder 2-Bett-Zimmer vor. Das ebenfalls sehr günstige Krankentagegeld VA speziell für Ärzte und Zahnärzte sichert den Verdienstausfall bei Arbeitsunfähigkeit ab.

Kontakt

►► Wirtschaftliches Handeln wird belohnt – mit Beitragsrückerstattungen. ◀◀



**Richard Lechner** Stahlstraße 17, 90411 Nürnberg

Telefon: 0 89 / 37 417 -597 Mobil: 0 173 / 28 44 337

E-Mail: richard.lechner@continentale.de www.contactm.de/comfort-med



COMFORT-MED ist der KV-Vollkostentarif für Human- und Zahnmediziner, Medizin-

studenten und deren Familienangehörige. Das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis und das attraktive Rückerstattungsmodell zeichnen den Tarif aus. Er ist...

- ...wirtschaftlich: Exklusive Beiträge und eine attraktive Rückerstattung
- ...leistungsstark: Freie Arztwahl und starke Zahnleistungen
- ...flexibel: Bedarfsgerechte Vorsorge mit speziellen Erweiterungen



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-med

Ihr Ansprechpartner:





Wir haben den neuen DEURAG-Premiumrechtsschutz entwickelt – mit vielen Extra-Leistungen und Preisvorteilen für Ihre Kunden. Profitieren Sie von der einfachen Tarifstruktur und nutzen Sie den besonderen Vermittlerservice auf unserer neuen Website www.deurag.de. Jetzt auch mit praktischem Tarifrechner und Verkaufsstorys im Blog "Mein gutes Recht".

## Tarife, die zu Ihren Kunden passen.

- SB-Vario: Flexibel bleiben, selbst entscheiden.
   Unser Premium-Rechtsschutz mit variabler
   Selbstbeteiligung
- SB-Bonus: Clever geschützt mit Prämiensystem. Sinkende Selbstbeteiligung von 100 € pro Jahr bis hin zum Wegfall der Selbstbeteiligung
- SB-150: Einfach und klar je Rechtsschutzfall beträgt der Eigenanteil 150 €. Alle weiteren Kosten übernimmt die DEURAG.
- Fokus: Bester Schutz für alle wichtigen Fälle.
   Unser Rechtsschutz ohne Selbstbeteiligung mit Streitschlichtungsoption



Rechtsschutzversicherung muss kein schweres Beratungsthema sein: Wir unterstützen Sie mit leicht verständlichen Informationen. So beraten Sie sicher, schnell und erfolgreich.

Fordern Sie hier Ihr kostenloses Infopaket an: www.deurag.de/tarif\_2018

# Bei der Stuttgarter findet jeder seinen Platz.

# Arbeitskraftsicherung für alle Berufe.

### Jede Arbeitskraft verdient besten Schutz.

Die fünf verlässlichen Lösungen der Stuttgarter zur Arbeitskraftsicherung bieten, unabhängig von Alter oder Beruf, verlässlichen und bezahlbaren Schutz bei Berufs- und Erwerbsunfähigkeit.

Jetzt informieren unter www.stuttgarter.de/arbeitskraftsicherung



Zukunft machen wir aus Tradition.







Testen Sie jetzt unser Magazin für Versicherungsprofis zwei Ausgaben lang kostenlos.

- 2 Ausgaben testen
- Anschließend 6 Magazine jährlich
- Profiabo für nur 24,- € inkl. Versand
- Ersparnis von 36%

ARAG Zahn-Zusatzversicherung

# ARAG

# Keine Wartezeit für Ihr Neugeschäft!

Sofortiger Schutz: Stellen Sie für Ihre Kunden die hochwertige Versorgung der Zähne sicher – vom ersten Tag an. Denn die sonst üblichen Wartezeiten entfallen. Und das zahlt sich auch für Sie aus!

- Ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Zuzahlung bei Zahnbehandlungen und Zahnersatz um bis zu 100 Prozent reduzieren
- Erstattung wichtiger Kieferorthopädie-Mehrleistungen für Kinder



Profitieren Sie von hervorragendem Service und persönlicher Maklerbetreuung. Gerne ist auch das Team Makler Sales Competence für Sie da. Telefon 0211 963-4545 · msc@ARAG.de · www.ARAG-Partnervertrieb.de

## FINANZIERUNG IM BLICK

# Jetzt die günstigen Zinsen für morgen sichern...

#### ... mit der optimalen Anschlussfinanzierung.

Bei den derzeit attraktiven Zinsen lassen sich bei der Anschlussfinanzierung leicht mehrere tausend Euro sparen. Die Concordia unterstützt Sie dabei mit ihrem Partner **HYPOFACT**. Als bundesweit tätiger Finanzierungsvermittler ermittelt **HYPOFACT** für Sie unter allen relevanten Banken in Deutschland die günstigsten Finanzierungskonditionen.

# **HYPOFACT**

Nutzen Sie die Chance günstiger Darlehenszinsen jetzt und nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

### SDV Servicepartner der Versicherungsmakler AG

Proviantbachstra $\beta$ e 30 · 86153 Augsburg · Telefon 0821/71008-0 Fax 0821/71008-999 · info@sdv.ag

### Concordia Vertriebsdirektion München

Grafinger Straße 2 · 81671 München

Helmut Marxer: Tel. 089/54307223 · helmut.marxer@concordia.de Dieter Pusatko: Tel. 089/54307222 · dieter.pusatko@concordia.de







# VORSCHAU

erscheint im Oktober 2018

VERGÜTUNGS-MODELLE

Honorar- und Provisionsberatung vs. duale Vergütung serre se

Lesen Sie im nächsten Heft:

Vergütungsmodelle – Honorar- und Provisionsberatung vs. duale Vergütung



#### **HERAUSGEBER**

#### SDV Servicepartner der Versicherungsmakler AG

Proviantbachstraße 30

86153 Augsburg

Telefon 0821 / 71008 -0

0821 / 71008 -999

E-Mail info@sdv.ag | www.sdv.ag

### **VORSTÄNDE**

Armin Christofori (Sprecher des Vorstandes), Gerhard Lippert, Thomas Müller

#### **REDAKTION UND ANZEIGENSERVICE**

Isabell Müller

#### **REDAKTION UND TEXT**

Pfefferminzia Medien GmbH, Manila Klafack www.pfefferminzia.de

#### **LAYOUT / AUFBAU**

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

### **DRUCK**

logo Print GmbH, Metzingen, www.logoprint-net.com

### **BILDNACHWEISE**

Titelseite / Seite 03/07: © redfox331 / Fotolia.com

Seite 02: © sirtravelalot / shutterstock.com

Seite 05: © flytoskyft11 und momius / Fotolia.com

Seite 06/09/11: © contrastwerkstatt / Fotolia.com

Seite 07 – 12: © dimagroshev / Fotolia.com

Seite 10: Getty Images

Seite 19: © Jemastock / shutterstock.com

Seite 38: © DenisMArt / Fotolia.com

### Sie finden uns auch bei:











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.



Seit über 100 Jahren genießt die DOCURA das Vertrauen von rund 98.000 Versicherungsnehmern. Die Kunden legen langjährig den Schutz gegen Hausrat-, Glasbruch- und private Haftpflichtschäden in die Hände des DOCURA WaG. Aufgrund von Größe und Struktur unseres Unternehmens können schnell Änderungen umgesetzt und auch auf die Wünsche der Versicherungsnehmer reagiert werden.



### Hausrat PROTECT

Leistungsstarker Tarif mit sehr gutem Preis-/Leistungsverhältnis.



### Haftpflicht PROTECT

Erweiterte Deckung mit 20 Mio. € Deckungssumme (pauschal).

Service nicht nur gesprochen, sondern gelebt!

### Testberichte und News

Die DOCURA belegt mit ihren Hausrattarifen vordere Plätze in Tests: Wirtschaftswoche vom 07.07.2016 Finanztest 10/2016

DOCURA VVaG Königsallee 57 44789 Bochum Telefon: +49 (0)234 9 37 15 - 0 info@docura.de



Die Angriffe sind digital, die Bedrohung real: Jetzt sichern und versichern.

Cyber-Kriminelle können von der ganzen Welt aus in das Unternehmenssystem Ihrer Kunden eindringen. Mit unserem digitalen Schutzschild aus Cyber Security Club und CyberPolice beugen Ihre Kunden Cyber-Attacken vor und sichern ihr Unternehmen gegen digitale Risiken ab. So besteht eine optimale Verbindung aus Prävention und Versicherungsschutz – und das rund um die Uhr.

