

DAS **MAKLER**MAGAZIN

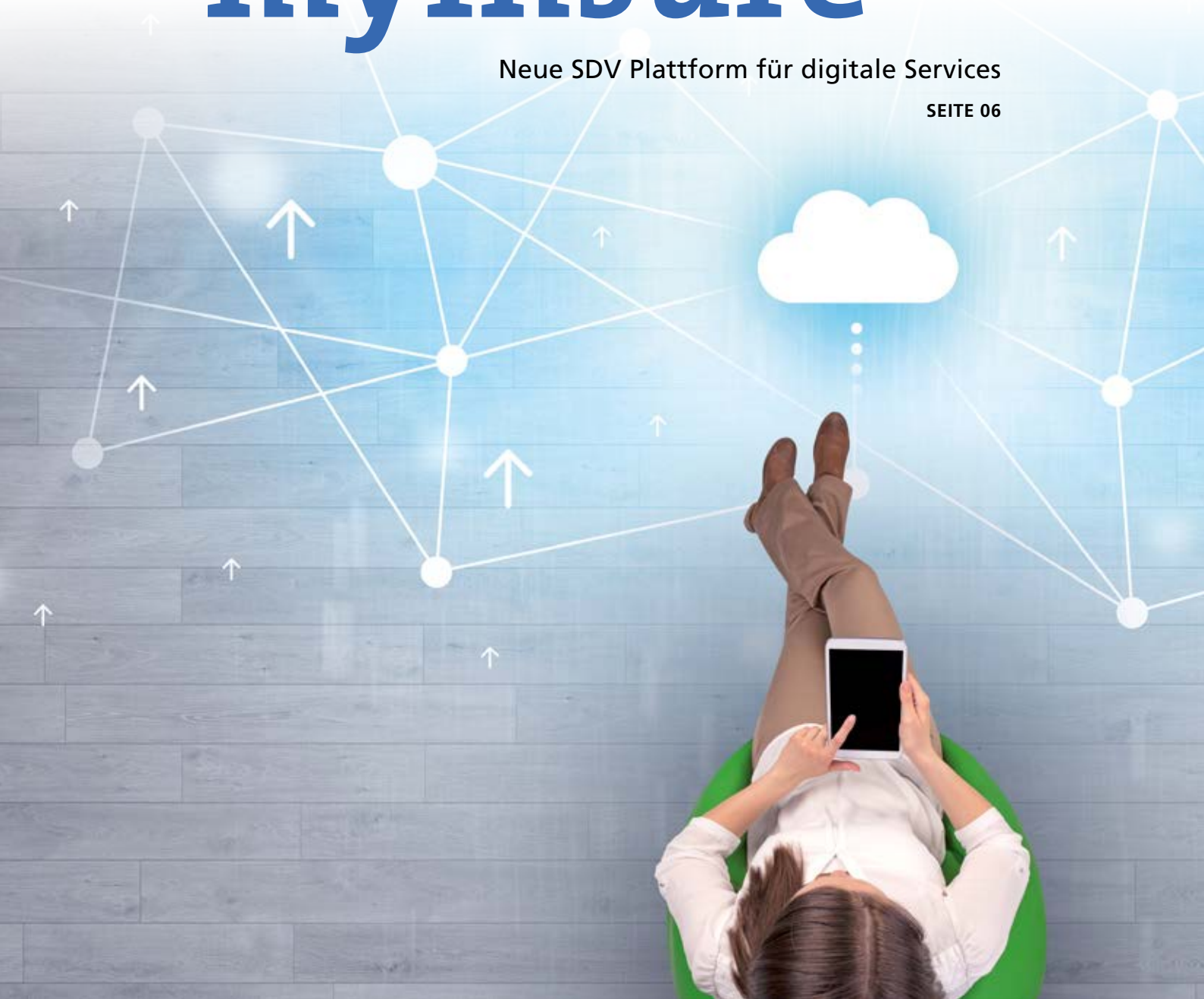
SDV

SERVICEPARTNER DER
VERSICHERUNGSMAKLER AG

myInsure

Neue SDV Plattform für digitale Services

SEITE 06





WENN ES UM DIE FINANZIELLE

Zukunft Ihrer Kunden geht
SIND WIR DA

Wir bieten Stabilität und Zuverlässigkeit, selbst wenn die Welt mal Kopf steht. Durch unsere innovative Kapitalanlage müssen Ihre Kunden dabei nicht auf starke Renditechancen verzichten.

Darum sollten Sie die neue Allianz Lebensversicherung anbieten:

- Ausgezeichnete Finanzstärke
- Zukunftsfähige Produkte
- Innovative Kapitalanlage

Mehr dazu bei Ihrem Maklerbetreuer oder unter
allianz-fuer-makler.de/zukunft

Allianz 

INHALT

SDV INTERN

04 JOURNAL

06 **myInsure**

Neue SDV Plattform
für digitale Services

14 SDV IM FOKUS

Aus dem Leben eines
Versicherungsmaklers

Martin Schury im Interview

WEITERBILDUNG

16 BRIDGE

Digitale Beratung betrifft jeden von Ihnen!
Die SDV AG bietet mit Bridge die
optimale Lösung

19 RECHT UND HAFTUNG – KANZLEI MICHAELIS

Insure-tech 2.0 – Merkposten
für Makler in der online-Beratung

VERSICHERUNGEN

26 BASLER

Grundfähigkeitenversicherung

27 DIE STUTTGARTER

easi – die neue Stuttgarter
Einkommensabsicherung

28 CONTINENTALE

Rendite-Chancen vor und während der Rente

30 DELA

Digitale Vorsorgeberatung

32 NÜRNBERGER

Die NÜRNBERGER als starker EKS-Partner.

34 EUROPA

Risikoleben: Nur jeder 6. Haushalt
hat vorgesorgt

36 AXA

Versorgungswerke & Branchenlösungen

39 IMPRESSUM



JOURNAL



— Editorial —

Liebe Leserinnen und Leser,

ein besonderer Sommer liegt nun hinter uns. So wie bereits die vorherigen Monate dieses Jahres stand auch der Sommer 2020 im Zeichen von Corona, allerdings anders als viele zu Beginn dieser Pandemie erwartet hätten. Es kam nicht dazu, dass wir den Sommer zu Hause verbringen mussten, sondern wir haben einen anderen Sommer als jemals zuvor erlebt. In den Biergärten und Restaurants tragen wir Masken, wenn wir nicht am Tisch sitzen. Wir halten Abstand voneinander, um uns nicht anzustecken, und hinterlassen unsere Kontaktdaten, um uns und andere zu warnen und zu schützen. Auch das Arbeitsleben hat sich verändert. Es sind so viele Arbeitnehmer im Homeoffice wie noch nie zuvor, und infolgedessen hat sich die Art, wie wir kommunizieren, verändert. Skype, Zoom und Co. spielen eine größere Rolle und werden uns auch künftig begleiten. In dieser Krise haben wir gelernt, aufeinander Rücksicht zu nehmen, Veränderungen erlebt, die wir nicht nur akzeptiert, sondern auch in unseren Alltag integriert und gelernt haben, mit ihnen unser Leben zu leben.

„Veränderungen begünstigen den, der darauf vorbereitet ist.“ (Louis Pasteur)

Trend- und Zukunftsforscher sind sich einig, dass Krisen bestehende Trends beschleunigen. Schon immer waren digitale Abläufe ein Kernthema unseres Unternehmens, doch durch die Beschleunigung des Megatrends Digitalisierung hat sich unsere

Arbeit in diesem Bereich mit großer Dynamik entwickelt. Als Reaktion auf diese Dynamik und als Vorbereitung für die Zukunft bündeln und erweitern wir daher unser Angebot im digitalen Bereich und schaffen unter dem Namen „MyInsure“ eine digitale Plattform. Durch die Bündelung streben wir an, uns und Sie auf Veränderungen, die das Coronavirus mit sich gebracht hat und allgemein die Zukunft noch bringen wird, bestmöglich vorzubereiten. Wir werden mit Ihnen diesen Wandel als Chance nutzen, um durch die Veränderungen, zu denen uns diese besondere Situation zwingt, besser als zuvor zu werden. Lesen Sie mehr dazu ab Seite 06.

Wie konkret ein Münchener Makler bereits unsere digitalen Angebote nutzt, erzählt Martin Schury auf den Seiten 14/15. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Abschließend möchte ich mich bei Ihnen allen für das erste Halbjahr dieses Jahres bedanken! Es war für uns alle ungemein anstrengend und intensiv, aber der große Einsatz hat sich gelohnt. Durch das große Engagement aller Beteiligten konnten wir das beste Ergebnis unserer Unternehmensgeschichte erzielen. Vielen Dank!

Bleiben Sie gesund und optimistisch,
herzlichst Ihr
Armin Christofori

Termine

SDV News

Die SDV AG arbeitet mit Fleetpool zusammen

Die Kooperationspartner der SDV AG können künftig im Rahmen ihrer SDV Anbindung auf die Angebote der Fleetpool GmbH zurückgreifen. Über die Marke „eazycars“ kann man nun attraktive, gut ausgestattete Fahrzeuge mit voller Werksgarantie zu kurzen Vertragslaufzeiten buchen.

Die niedrigen All-inclusive-Monatsraten beinhalten Kfz-Versicherung, Kfz-Steuer, jahreszeitgerechte Bereifung und Werksfracht. „Diese Monatsraten sowie die Flexibilität der Angebote und die starke Technik der Plattform haben uns von den vielen Vorteilen einer Zusammenarbeit mit Fleetpool überzeugt“, begründet Armin Christofori, Sprecher des Vorstandes, diese Entscheidung.

„Die SDV AG als stark wachsendes Unternehmen bietet uns die Möglichkeit, unsere Dienstleistung weiter bekannt zu machen und erfolgreich in der Versicherungsbranche zu etablieren“, sagt Alexander Kaiser, Prokurist der Fleetpool GmbH.



SDV Portfolio wächst um Online-Vermögensverwaltung Solidvest

Finanzberater und -vermittler können über eine Anbindung an die SDV AG ab sofort auch von den Vorteilen der Solidvest, der Online-Vermögensverwaltung der DJE Kapital AG, profitieren. „Aufgrund der Markterfahrung, der nachweisbaren Erfolge von DJE kombiniert mit der technischen Infrastruktur, die komplett in unsere Geschäftspolitik der digitalen Prozesse passt, haben wir uns für Solidvest entschieden“, begründet Armin Christofori die Entscheidung für diese neueste Kooperation.

„Die Kunden unserer Kooperationspartner erhalten damit die Chance auf eine echte Vermögensverwaltung mit einer niedrigen Eintrittsschwelle. Und das ergänzt unser Angebot im Bereich der Versicherungen perfekt“, so der SDV Chef weiter.



Makler-meets-Company

Ausführliche Informationen finden Sie auf unserer Homepage!

► **Zur Anmeldung:**

www.sdv.ag/makler-meets-company

Partnertage der SDV AG

Ausführliche Informationen finden Sie auf unserer Homepage!

► **Zur Anmeldung:**

www.sdv.ag/partnertage

vertrieb@sdv.ag

Telefon: 08 21 / 71 008 -831



my
INSURE



myInsure

Neue SDV Plattform für digitale Services

Die derzeit bestehenden Kontaktbeschränkungen beschleunigen die digitale Weiterentwicklung in Unternehmen immens. So auch bei der SDV AG, die bereits seit ihrer Gründung auf ein hohes Maß an Digitalisierung setzt. Die bisherigen einzelnen Dienstleistungsangebote und Services werden zukünftig unter der Marke myInsure zusammengefasst und schaffen Benutzerfreundlichkeit in der Anwendung und eine Vereinheitlichung in der Außendarstellung.





Das Coronavirus mit all seinen gesundheitlichen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Folgen brachte die Menschen in den vergangenen Monaten auf Abstand – und gleichzeitig näher zusammen.

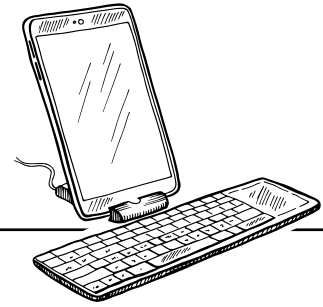
Denn eines ist klar: Eben weil man sich nicht mehr persönlich treffen konnte, hat die digitale Kommunikation gerade in der Versicherungsbranche einen immensen Schub erhalten. Das Ergebnis: Viele vor Corona unveränderbar gehaltenen Vorgehensweisen, wie eine Vielzahl von persönlichen Meetings und damit verbundenen Dienstreisen, werden in ihrer ursprünglichen Form vermutlich nicht wieder zurückkehren – der physische Kontakt wird in vielen Fällen durch digital-persönliche Nähe ersetzt werden!

Spielten Videotelefonie-Anbieter aus eigener Erfahrung im beruflichen Umfeld bisher eine beigeordnete Rolle, wurden sie durch die zahlreichen erzwungenen Homeoffice-Arbeitsplätze aus ihrem Schattendasein geholt.

„Digitale Technologien sind der Schlüssel, um die Arbeitsfähigkeit von Wirtschaft und öffentlichen Einrichtungen wie Ämtern und Schulen auch in dieser außerordentlichen Krisensituation zu gewährleisten“, sagte Bitkom-Präsident Achim Berg anlässlich der Veröffentlichung einer Umfrage zum Thema „Arbeit im Homeoffice“ bereits zu Beginn des Lockdowns im März.

„Dass mobiles Arbeiten und mobiles Lernen zum Standard werden könnten, schien bislang undenkbar. Jetzt aber werden wie unter einem Brennglas die immensen Potenziale sichtbar, die digitale Technologien grundsätzlich bieten – im Kampf gegen das Virus wie auch in der Reduzierung des Berufsverkehrs und verkehrsbedingter Emissionen“, so Berg weiter.





Erfahrungen mit digitaler Kommunikation bei der SDV AG positiv

Auch wir selbst bauten unsere digitalen Kommunikationsmöglichkeiten weiter aus, nachdem wir einen Großteil unserer Mitarbeiter ins Homeoffice transferierten. Zudem war die Notwendigkeit von noch mehr digitalen Angeboten für unsere Makler unerwartet hoch. In kürzester Zeit konnten weitere Services geschaffen werden. Die seit Gründung der SDV stringente Digitalisierungsstrategie hat hierbei natürlich sehr geholfen.

„Sowohl in Richtung Makler und Kunde als auch im Backoffice sind wir schon lange so aufgestellt, dass von der ersten Kontaktaufnahme zum Makler bis zur regelmäßigen Betreuung alles schnell und unkompliziert abgewickelt werden kann“, betont Armin Christofori, Vorstand der SDV AG.

„Vermutlich verhalf uns dies dabei – neben dem Engagement der Mitarbeiter und Kooperationspartner –, die Anforderungen des Lockdowns gut zu meistern. Denn eines ist vollkommen klar: Selbst wenn es bald eine Therapie oder gar eine Impfung gegen das Virus geben sollte, werden die Veränderungen sowohl im privaten Verhalten als auch im Arbeitsalltag nicht wieder zurückgedreht“, so Christofori.





myInsure bündelt künftig alle digitalen SDV Services



Aus diesem Grund bündelt die SDV AG künftig ihre digitalen Dienstleistungen und Services unter der Marke „myInsure“ neu. Bisher stand der Begriff ausschließlich für die Kundenapp, dem digitalen Versicherungsordner. Dieser bündelte die Verwaltung aller Verträge, wichtiger Unterlagen sowie Versicherungen und konnte dem Kunden vom Vermittler zur Verfügung gestellt werden.

Nun wird es weitaus mehr sein – nämlich die digitale Marke der SDV AG, unter der die bestehenden Services wie die SDV Maklerapp, das Maklerverwaltungsprogramm für unterwegs, aber auch neue Services integriert werden. „Wir waren absolute Pioniere, als wir auf dem Maklerkongress 2017 unsere Lösungen zum hybriden Arbeiten vorgestellt haben. Diesen Weg wollen wir gemeinsam mit unseren Partnern weitergehen, denn die besondere Situation, in der wir uns derzeit befinden, bietet große Chancen für die Zukunft“, erklärt Christofori die Idee.

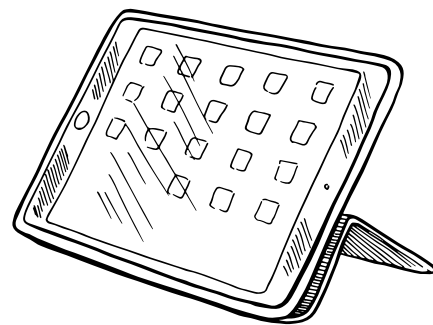
Die Plattform umfasst unterschiedliche Komponenten, die es dem Makler ermöglichen, seinen Geschäftsbetrieb, die Verwaltung und insbesondere seine Beratung mit einem rechtssicheren Abschlussweg voll digital abbilden zu können. Unterstützung beim Einsatz der einzelnen Komponenten erhält der Makler dabei durch unsere SDV Maklerbetreuer.

Folgende Tools können unsere Kooperationspartner schon jetzt nutzen:

myInsure Kundenapp

Ablage von Dokumenten in einem physischen Versicherungsordner war gestern – mit der myInsure Kundenapp können SDV Kooperationspartner ihren Kunden **alle Versicherungsunterlagen stets aktuell und griffbereit in einer App zur Verfügung stellen**. Das Beste: Alle von der SDV geführten Verträge sind bereits hinterlegt und werden fortlaufend aktualisiert.

Die App beinhaltet zusätzliche Funktionen wie Schadensmeldung per Foto, Änderungsdienste für Adressen und Ähnliches. Natürlich kann sowohl der Kunde als auch der Makler über die Fotofunktion weitere Verträge hinzufügen. Dass der Maklervertrag mit dem Kunden über die App abgeschlossen werden kann, ist selbstredend.





myInsure Maklerapp

Dieses Programm ist die **Kundenverwaltung „für die Hosentasche“**. Neben allen verwalteten Verträgen, jeder Abrechnung, allen Nachträgen und allem, was man für eine qualifizierte Beratung braucht, besteht die Möglichkeit der digitalen Schadensunterstützung. Diese Anwendung ersetzt für viele Makler schon jetzt komplexe Maklerverwaltungsprogramm-Lösungen, denn die myInsure Maklerapp steht auch als Desktop-Variante zur Verfügung.



myInsure Remote

Das Herzstück der Versicherungsberatung besteht in der eigentlichen, bisher meist persönlichen, physischen Beratung des Kunden – und genau das wurde durch die Corona-Pandemie extrem eingeschränkt. Die Alternative dazu stellt **die digitale Beratung per Video** dar. Die SDV AG liefert das Tool zur Video-Remote-Beratung mit integrierter, rechtssicherer digitaler Unterschrift. Diverse Beratungs- und Abschlusstrecken zu den gängigsten Beratungsthemen sind bereits enthalten.



myInsure Footprint

Der Makler erhält von uns „seine“ **digitale Visitenkarte in Form einer Homepage im Internet**. Diese ist so konzipiert, dass Inhalte jederzeit für den Makler aktualisiert und Haftungsfelder ausgeschlossen werden (z. B. Erstinformation). Der Vermittler erhält einen professionellen Internet-Auftritt, auch wenn selbst keine Online-Affinität besteht.



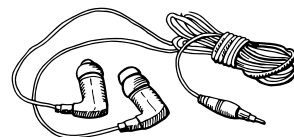
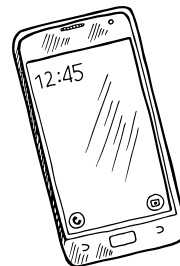
myInsure Kampagne

Über die myInsure Kampagnen **hält der Makler permanenten digitalen Kontakt zu seinen Kunden**. Künftig kann der Makler seinen Mailverteiler, seine Social-Media-Kanäle sowie seinen Bestand über eigene und für ihn vorbereitete Kampagnen informieren. Die Informations- und Vertriebskampagnen werden durch die SDV AG und ausgewählte Versicherungsgesellschaften bereitgestellt.



myInsure News

Dem Makler wird seine **eigene digitale Kundenzeitschrift** zur Verfügung gestellt. Vermittler sind damit in der Lage, Kunden regelmäßig mit aktuellen Informationen auf höchstem Niveau zu versorgen, erhöhen damit ihre Wahrnehmung im Internet und bleiben als Ansprechpartner in Versicherungsbelangen ständig mit dem Kunden in Kontakt.

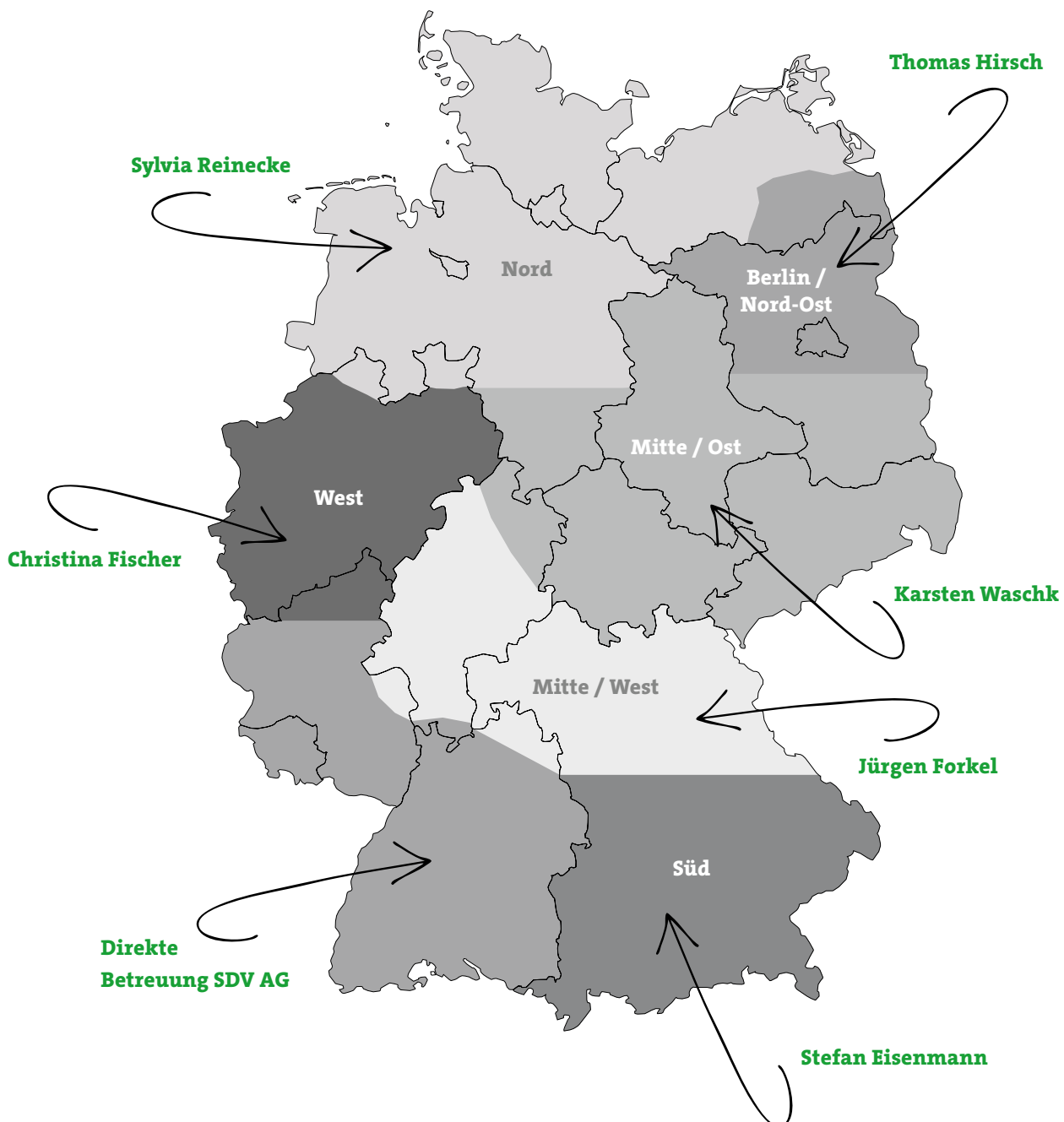




Kontakt

Sie möchten mehr zu den Angeboten erfahren oder die SDV AG und die Services kennenlernen?

Dann zögern Sie nicht und kontaktieren Sie die regionalen Ansprechpartner.





Stefan Eisenmann

Leiter Maklervertrieb
stefan.eisenmann@sdv.ag



Karsten Waschk

Maklerbetreuer Mitte / Ost
karsten.waschk@sdv.ag



Sylvia Reinecke

Maklerbetreuerin Nord
sylvia.reinecke@sdv.ag



Jürgen Forkel

Maklerbetreuer Mitte / West
juergen.forkel@sdv.ag



Thomas Hirsch

Maklerbetreuer Berlin / Nord-Ost
thomas.hirsch@sdv.ag



Christina Fischer

Maklerbetreuerin West
christina.fischer@sdv.ag

SDV IM FOKUS

„Endkunden-App MyInsure bringt enorme Erleichterung“

Die SDV AG wird immer digitaler – und damit die Angebote an die Versicherungsnehmer. Wie konkret die Kooperationspartner die SDV Angebote nutzen, erzählt in der Reihe „SDV im Fokus“ Martin Schury, Versicherungsmakler in der Nähe von Augsburg.

Die fortschreitende Digitalisierung ist jetzt mehr denn je in aller Munde. Was schätzen Sie an den digitalen Möglichkeiten in Ihrem Beratungsalltag am meisten?

Martin Schury: Die größte Arbeitserleichterung bringt mir WhatsApp Business. In der Nachbearbeitung, wenn noch ein paar Kleinigkeiten vom Kunden fehlen, geht es damit besonders schnell. Der Kunde schickt die Informationen per Foto und bei uns landet das Bild direkt auf dem PC. Es muss also nicht vom Telefon mit einem zusätzlichen Schritt per E-Mail weitergeleitet werden.

Wie hat die Digitalisierung Ihren Alltag während Corona beeinflusst?

Martin Schury: Unter den coronabedingten Kontakteinschränkungen habe ich das papierlose Arbeiten einmal mehr

schätzen gelernt. Die digitale Maklervollmacht zum Beispiel ermöglichte mir, Wünsche der Kunden, etwa nach einer Haftpflicht- oder Autoversicherung, ohne Weiteres schnell zu erfüllen. Insgesamt gab es mehr telefonische Kontakte, per E-Mail oder WhatsApp als sonst. Aber davon abgesehen, hat sich bei meinen Abläufen nicht so viel geändert.

Welche digitalen Möglichkeiten nutzen Sie aktuell, um Kunden zu gewinnen und zu betreuen?

Martin Schury: Die Homepage bildet eine wichtige Grundlage. Sie ist die digitale Visitenkarte – und gleichzeitig noch viel mehr. So habe ich, wie eben schon erwähnt, den Kfz-Vergleichsrechner dort eingebettet. Damit können meine Kunden sich selbst informieren, und trotzdem bin ich als ihr Ansprechpart-

ner stets präsent. Einmal im Monat versende ich außerdem einen Newsletter. Darüber erhalte ich durchschnittlich einen Abschluss monatlich. Zudem bin ich bei Google My Business geführt und veröffentlichte dort meine Öffnungszeiten. Die sozialen Medien, wie facebook oder XING, nutze ich zwar, aber eher standardisiert. Für mehr Aktivitäten dort fehlt mir die Zeit.

Wie groß ist der Anteil von beispielsweise Beratung per Video an allen Beratungsgesprächen?

Martin Schury: Kunden, die dem aufgeschlossen gegenüberstehen, habe ich bereits vor Corona per Video beraten. Das ist und war ebenso wie das Telefonat kein Problem. Schwieriger wird es, danach die Unterschrift des Kunden zu erhalten. Die SDV AG bietet hier ja seit

ein paar Monaten ebenfalls eine für Kooperationspartner kostenlose Remote-Beratung an, bei der der Kunde direkt unterschreiben kann. Während der Corona-Zeit wurde die Online-Beratung sehr wichtig. Doch viele meiner Kunden schrumpfen jetzt sozusagen wieder auf das Vorherige zurück. Sie vermissen den sozialen Kontakt. Das hängt vielleicht von der jeweiligen Zielgruppe ab. Bei neuen Kunden ist meiner Meinung nach ein erster persönlicher Kontakt nach wie vor wichtig. Danach kann es dann vorrangig digital ablaufen.

Nun möchte nicht jeder Kunde seine Versicherungsangelegenheiten online lösen. Wie überzeugen Sie diese eher skeptischen Kunden von den Vorteilen?

Martin Schury: Das kann ich am besten am Beispiel der Kfz-Versicherung erklären. Der Rechner befindet sich auf meiner Internetseite. 90 Prozent der Kunden nutzen ihn von sich aus. Wenn nun ein Kunde ein persönliches Angebot wünscht, mache ich ihn auf die Bearbeitungszeit von 48 Stunden aufmerksam. Viele sagen dann, sie benötigen das

schneller – und das geht über den Vergleichsrechner. Wenn bei den verbliebenen Kunden, die auf einem schriftlichen Angebot bestehen, eine Angabe fehlt, muss der Fragebogen wieder zurück. Das dauert wieder. Spätestens bei diesem Schritt entscheiden die meisten, dass sie auch den Online-Rechner nutzen wollen.

Die SDV AG bietet eine App für ihre Kunden an. Seit wann stellen Sie diese Ihren Kunden zur Verfügung?

Martin Schury: Ja, seit rund zwei Jahren können meine Kunden die App nutzen. Vor allem das Unterschriften der Maklervollmacht ist von großem Vorteil für mich, und darauf möchte ich nicht mehr verzichten.

Welche (digitalen) Ideen möchten Sie als Makler für Ihre Kunden gern umsetzen?

Martin Schury: Ich würde dem Kunden im Anschluss an die Beratung, wenn wir gemeinsam das Produkt ausgesucht haben, gern einen Abschlusslink zusenden. Dort kann er dann selbst alles eintragen. Das wäre unter Dokumentations- und damit Haftungsaspekten eine große Erleichterung. Der Kunde kann so nicht irgendwann behaupten, er hätte dieses oder jenes nicht gesagt.

Wie unterstützt die SDV AG Sie bei den digitalen Angeboten?

Martin Schury: Wie gesagt bringt die Endkunden-App MyInsure bereits eine enorme Erleichterung im Alltag. Aber auch die Produkte der Manufaktur überzeugen mich. Sie sind einfach aufgebaut und bieten ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Auch die Bestandsübertragung durch die SDV nimmt mir viel Arbeit ab.



Versicherungsmakler **Martin Schury**
nutzt von den digitalen Services der SDV AG unter anderem die
Endkunden-App in seinem Beratungsalltag.

WWW.VERSICHERUNG-SCHURY.DE



DIGITALE BERATUNG BETRIFFT JEDEN VON IHNEN!

Die SDV AG bietet mit Bridge die optimale Lösung

Spätestens seit April ist jedem von Ihnen Online-Beratung und digitale Beratung ein Begriff. Seitdem können alle SDV Partner/innen kostenfrei mit der Videoberatungssoftware Bridge arbeiten. Wir haben SDV Vorstandsmitglied Armin Christofori und Dr. Christian Bohner, COO, bei Bridge zum Interview getroffen. Beide ziehen ein erstes positives Fazit aus der Zusammenarbeit, sprechen über geplante Entwicklungen.

Herr Christofori: Warum haben Sie sich für Bridge als Software für digitale und online geführte Kundenberatung entschieden?

Vor allem die integrierbaren Abschlusstrecken verbunden mit der digitalen Unterschrift gaben den Ausschlag zur Entscheidung für Bridge. Wir wollen unseren Partnern Mehrwerte in Form von neuen Beratungsideen bzw. -ansätzen liefern. Unsere Partner erhalten Vorschläge für Verkaufsgespräche, die sie schnell in der Praxis anwenden können, um so ihren Umsatz zu steigern.

Herr Bohner: Was zeichnet Bridge gegenüber anderen Softwarelösungen aus?

Wir sind das Schweizer Taschenmesser unter den Lösungen für digitale Beratung. Es gibt viele Anwendungen auf dem Markt, die Videotelefonie und das Teilen des Bildschirms mit mehreren Personen ermöglichen. Bridge kombiniert diese Standards mit wichtigen Funktionen, die den Berater- und Vertriebsalltag erheblich effizienter gestalten und das Kundenerlebnis verbessern. So zum Beispiel die Dual-Touch-Interaktion, die Kunden und Berater parallel interagieren lässt – Daten eingeben, Markieren,



Armin Christofori

Sprecher des Vorstandes
der SDV AG

www.sdv.ag



Dr. Christian Bohner

Chief Operating Officer
bei Bridge

www.bridge-systems.com

Zeichnen und Notizenmachen können beide Seiten. Weitere wichtige Funktionen sind digitale Unterschrift, automatische Beratungsdokumentation und Datenerfassung sowie -übertragung ins CRM-System.

Herr Christofori: Wie hat sich digitale Beratung und Online-Beratung in den Arbeitsalltag der SDV und ihrer Partner integriert? Wird auch aktuell, nach den strengen Kontaktbeschränkungen, noch online beraten?

Unsere Partner haben die Lösung angenommen und beschäftigen sich ausgiebig mit dem Thema. Wir sind fest davon überzeugt, dass die digitale Beratung in Zukunft eine wichtige Rolle spielen wird. Aus diesem Grund raten wir jedem unserer Partner, sich frühzeitig mit dem Thema auseinanderzusetzen. Im Arbeitsalltag stellen wir fest, dass vor allem das schnelle Einholen von Unterschriften positiv angenommen wird. Wir sind sehr gespannt, wie sich das Thema weiterentwickeln wird.

Herr Bohner: Was sagen Sie den Vermittler/innen, die persönliche Kundentermine der Videotelefonie vorziehen?

Ich sage ihnen, dass das völlig in Ordnung ist und ich selbst auch sehr gern Kundentermine persönlich wahrnehme. Unser Ziel mit Bridge ist es nicht, die persönlichen Kundentermine beim Vermittler im Büro oder dem Kunden zu Hause abzuschaffen. Wir sind allerdings auch der Meinung, dass durch die Digitalisierung von Arbeitsprozessen, so auch Beratung und Vertrieb, vieles einfacher und kostensparender und nicht zuletzt umweltschonender wird. Jedes Unternehmen und jeder Vermittler muss sich wohl oder übel mit dem Thema befassen. Mit Bridge haben wir eine Lösung geschaffen, die ein Vermittler für Vor-Ort-Termine und Online-Beratungen nutzen kann – Stichwort hybride Beratung. So kann jeder in seinem Tempo und für sich sinnvollem Maße digitale Prozesse etablieren.

Herr Christofori: Wie ist die Resonanz zur Einführung von Bridge bei der SDV? Wie viele Vermittler nutzen es? Welches Feedback bekommen Sie von Ihren Partnern zur Software und zum kostenfreien Angebot?

Derzeit nutzen rund 250 Makler unser Angebot und es kommen nach wie vor

täglich weitere Registrierungen dazu. Die Resonanz auf unser Angebot war überwältigend und wir konnten dadurch auch neue Partner für die SDV AG begeistern. Unsere Schulungsreihen sind sehr gut besucht und das Feedback zur Lösung ist durchweg positiv.

Herr Bohner: Wie hat sich die Software seit April 2020, dem Beginn der Zusammenarbeit zwischen SDV und Bridge, weiterentwickelt?

Wir haben in den letzten Monaten weitere interaktive Beratungsstrecken integriert, unter anderem zu den Themen Pflege, BU, Bausparen und Altersvorsorge. Auch die interaktive Basis-Finanzanalyse nach DIN 77230 konnten wir fertigstellen. Mit der Nutzung von beschreibbaren PDFs in Bridge haben wir eine weitere Möglichkeit geschaffen, Daten interaktiv zu erfassen. Außerdem ist die Taping-Funktion in Bridge hinzugekommen. BaFin-konform können 34f-Vermittler seit August Audioaufzeichnungen ihrer Online-Beratungen vornehmen und speichern. Für den besseren Austausch zwischen Kunden und Vermittlern können nun beide Seiten ihren Bildschirm teilen. Und zu guter Letzt: Es ist wahrscheinlich einigen Ihrer Partner aufgefallen – Bridge erscheint für sie jetzt in den SDV Farben.

Herr Christofori: Wie sieht für Sie die zukünftig optimale Kundenberatung für Versicherungen und Finanzdienstleistungen aus?

Unsere Vision heißt MyInsure. MyInsure ist unsere Strategie, mit unseren Partnern in eine digitale Welt einzutauchen. Hierfür stellen wir dem Partner verschiedene digitale Komponenten wie z.B. die Videoberatung zur Verfügung. Mit Bridge haben wir unseren Partner für MyInsure Remote gefunden und freuen uns auf die gemeinsame Zukunft unserer MyInsure-Plattform.



Online-Beratung zur Kfz-Versicherung

Neue interaktive Beratungsstrecke in Bridge

Ab Oktober können Vermittler den neuen Leitfaden während einer Online-Beratung in Bridge nutzen, insgesamt oder einzelne Seiten daraus. Die Beratung zur Kfz-Versicherung kann somit komplett online erfolgen. Sie sparen Zeit und Benzinkosten und über inSign kann der Wechsel direkt online erfolgen.



Kontakt

Alle Informationen zu Bridge und die Möglichkeit zur kostenfreien Registrierung finden Sie auf

www.bridge-systems.com/sdv



Neues aus der *Produktschmiede* der Manufaktur Augsburg

Überzeugen Sie sich von unseren Leistungspaketen mit Aktualisierungsgarantie, dem Top Service in der Schadensbearbeitung durch das hohe technische Niveau unserer Softwarelösungen.

Bestandsgarantie, Differenzdeckung, Innovationsklausel u.v.m. – direkt im Tarifrächner vergleichen und beste Tarife zum besten Preis sichern.

www.manaug-produktgeber.de



Privathaftpflicht



Wohngebäude



Hausrat



Unfall

**MA MANUFAKTUR
AUGSBURG GMBH**

Versicherungslösungen wie von Hand gemacht

Manufaktur Augsburg GmbH

Proviantbachstraße 30, 86153 Augsburg

Telefon: 0 821 / 71 008 -500

E-Mail: info@manaug.de



Jetzt auch bei facebook!

Insure-tech 2.0 – Merkposten für Makler in der online-Beratung

von Rechtsanwalt Oliver Timmermann, Kanzlei Michaelis Hamburg

Laut einer Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom haben 55 % der Deutschen bereits einmal eine Versicherung online abgeschlossen.

Bei den unter 30-Jährigen liegt der Anteil mit 65 % sogar noch höher. 43 % gaben an, sich schon einmal online über eine Versicherung informiert und diese dann auch online abgeschlossen zu haben. Jeder Vierte war schon einmal vor Ort bei einem Versicherungsmakler oder bei seiner Bank zur Beratung, um dann aber die Versicherung online abzuschließen. Insgesamt werden Versicherungen aber weiterhin mit 92 % am häufigsten vor Ort bei einem Versicherungsmakler oder bei einer Bank bzw.

Sparkasse abgeschlossen. Allerdings informieren sich 55 % von ihnen zunächst über das Internet.

Das VVG hält nun keine Sonderregelungen für die internetbasierte bzw. -gestützte Versicherungsvermittlung parat. Für die Portale i. S. von § 1a Abs. 2 VVG finden die allgemeinen Regelungen des VVG (§§ 59 ff. VVG) Anwendung. Der Anbieter einer internetbasierten Versicherungsvermittlung unterliegt also den Vorgaben der Gewerbeordnung. Er bedarf daher einer Erlaubnis und unterliegt der Aufsicht der Industrie- und Handelskammer. Die mit dem IDD-Umsetzungsgesetz für Versicherungsvermittler geregelten ferner die Vorgaben zur Be-

ratung, Dokumentation, Verbraucherinformation und Weiterbildung in gleicher Weise, vgl. §§ 6–7d; §§ 59 ff. VVG. Jedoch entstehen bereits aus der Art des Mediums zahlreiche Besonderheiten, die sich dann auch in der rechtlichen Behandlung widerspiegeln müssen. Auf die wichtigsten soll im Folgenden eingegangen werden. Es wird auf die

- unterschiedlichen Erscheinungsformen des Online-Vertriebs von Versicherungsprodukten;
- besonderen Formerfordernisse bzgl. der Beratungs- und Informationspflichten und
- materiellen Anforderungen an Beratungs- und Informationspflichten hingewiesen.



Oliver Timmermann

Rechtsanwalt, Fachanwalt für Versicherungsrecht.
Mehr zum Autor unter
www.kanzlei-michaelis.de





1. Erscheinungsformen

a) Produktpräsentation

Einsatzfeld zur Präsentation von Versicherungsprodukten haben insbesondere Websites, aber auch Apps als Informationsplattformen. So nutzen Versicherer wie auch sonstige Vermittler das Internet mittlerweile umfassend, um Produkte vorzustellen und zu bewerben.

Solche Produktpräsentationen werden in der Praxis als Mischformen des Vertriebs erfasst. Man unterscheidet bei diesen „ROPO“: „Research Online Purchase Offline“ und „Research Offline Purchase Online“. Also entweder Orientierung online und Abschluss konventionell oder Orientierung konventionell und Abschluss online.

Rechtlich bedeutsam sind diese Vorgehensweisen im Hinblick auf die Frage, ob ein Fernabsatzvertrag (vgl. § 312 c BGB) handelt, denn hier gelten einige Sonderregeln. So besteht etwa das Widerrufsrecht des Kunden bei bestimmten Versicherungsverträgen nur, wenn sie im Fernabsatz geschlossen wurden, vgl. § 8 Abs. 3 Nr. 2, 3 VVG.

Grundsätzlich kann ein Versicherungsnehmer (VN) seine Vertragserklärung binnen 14 Tagen ohne Begründung und unabhängig vom Vertriebsweg widerrufen, vgl. § 8 Abs. 1 S. 1 VVG. Davon macht § 8 Abs. 3 Nr. 2 VVG eine Ausnahme für Verträge über vorläufige Deckung, falls es sich nicht um einen Fernabsatzvertrag i.S. von § 312 c BGB handelt. Ein solcher ist anzunehmen, wenn die Parteien sowohl für die Vertragsverhandlungen als auch den Vertragsschluss ausschließlich Fernkommunikationsmittel (vgl. § 312 c

Abs. 2 BGB) verwenden. Die vorvertragliche Beratung gehört bereits zum Prozess der Vertragsverhandlungen i.S. von § 312 c Abs. 2 BGB.

Hier können wir eine Besonderheit des Versicherungsvertriebs erkennen: Das Vorvertragliche ist vorvertraglich in Bezug auf den Hauptvertrag, d.h. den Versicherungsvertrag. In Bezug auf die Vermittlerleistung ist es dagegen selbst die Hauptleistung, auf den die §§ 59 ff. VVG Vorgaben und Sorgfaltspflichten zur Anwendung kommen.

b) Vertragsschluss

Traditionell werden Versicherungen über Geschäftsstellen und Außendienstmitarbeiter von Versicherern, über Agenturen selbstständiger Versicherungsvertreter sowie über Maklerbüros vertrieben. Mittlerweile werden dem Kunden aber auch zunehmend, teilweise ausschließlich, Vertragsabschlüsse im Internet ermöglicht.

Das Internet ermöglicht einen raschen und wenig personalintensiven Vertrieb. Zudem kommt das Internet dem Bedürfnis entgegen, Verträge bequem von einem beliebigen Ort aus und zu jeder Uhrzeit abschließen zu können. Des Weiteren werden auch Kunden erreicht, die sonst kaum für eine traditionelle Vermittlerkonsultation offen wären. Die Kehrseite – und Verbraucherschutz ist der zentrale Schutzzweck u.a. der IDD – ist freilich, dass der Kunde womöglich weniger hinsichtlich seines individuellen Bedarfes beraten wird. Online-Beratung setzt auf Mustererkennung, die wiederum geht von Wahrscheinlichkeiten aus, was ein anderes Herangehen als im persönlichen Gespräch bedeutet.

Eine Vorreiterrolle beim Online-Abschluss haben sicher die Versicherungs-

makler eingenommen. Das spricht für die Innovationsfreudigkeit der Branche, zieht aber (zumindest eins) Folgeproblem nach sich: Ein Versicherungsmakler handelt im Auftrag seines Kunden, dieser will sich auf seine fachliche Expertise verlassen können. Als Hauptleistungspflicht übernimmt er es deshalb, die am Markt verfügbaren Angebote zu ermitteln, zu analysieren und im Hinblick auf seinen individuellen Bedarf zu bewerten.

Umstritten war, ob der Internetvertrieb die Pflichten – insbes. Die Beratungs- und Dokumentationspflichten – eines Versicherungsvermittlers reduziert bzw. mindern darf. Der Gesetzgeber bzw. die Rechtsprechung lässt bislang keine diesbezüglichen Erleichterungen für den Vertrieb erkennen. Das LG München I hat in seiner erstinstanzlichen Entscheidung im Verfahren gegen Check24 bekanntlich keine Erleichterungen zugelassen. Auch Versicherungsvermittler, die einen digitalen Vertriebsweg nutzen, müssen die bestehenden rechtlichen Vorgaben für Versicherungsvermittler beachten. Empfiehlt ein Internetportal lediglich allgemein einen oder mehrere Versicherer und ist erst auf den dortigen Webseiten eine konkretisierte Anfrage möglich, dürfte eine Tippgebertätigkeit vorliegen.

Darüber hinausgehende Leistungen, die noch nicht die konkretisierende und auf einen Vertragsabschluss gerichtete Funktion eines eindeutigen Vermittlers aufweisen, aber mehr sind als die einfache Nennung des Produktgebers, bewegen sich in einer rechtlichen Grauzone. So könnte ein Anbieter in diesen Fällen als Anscheinmakler handeln, vgl. § 34d Abs. 1 S. 3 GewO.

Auch der BGH stufte das Verhalten von Tchibo bekanntlich als Tätigkeit eines Versicherungsmaklers ein. Die Abgren-

zung der Versicherungsvermittlung von einer Tätigkeit, die ausschließlich darauf gerichtet ist, Kontakte zwischen einem potenziellen VN und einem Versicherungsvermittler herzustellen, richtet sich nach dem objektiven Erscheinungsbild der ausgeübten Tätigkeit. Dabei ist es unerheblich, dass Tchibo angab, die Verträge würden durch einen Dritten vermittelt; dies schließt nämlich eine Vermittlungstätigkeit im Rahmen eines mehrstufigen Vermittlungsverhältnisses nicht aus.



2. Formvorgaben

a) Grundregeln

Beim Abschluss von Versicherungsverträgen schreibt der Gesetzgeber vielfach vor, dass bestimmte Unterlagen und Erklärungen dem Versicherungsnehmer in Textform zu übermitteln sind. Besonders bedeutsam ist das Textformerfordernis für die Übermittlung der produktbezogenen Informationen gem. § 7 Abs. 1 VVG an den VN. Zu diesen Informationen zählt eine Vielzahl von Angaben, insbesondere die nach der VVG-Informationspflichtenverordnung (VVG-InfoV) zu erteilenden Informationen einschließlich des Produktinformationsblatts (§ 4 VVG-InfoV) sowie die für den Vertrag maßgeblichen Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB).

Die Textform ist nunmehr auch für einen Verzicht auf Beratung gem. §§ 6 Abs. 3, S. 2, 61 Abs. 2, S. 2 VVG im Fernabsatz vorgeschrieben; zuvor galt dafür das strengere Schriftformerfordernis. Auch für die Stellung der sog. Antragsfragen gem. § 19 VVG, mit deren Hilfe der Ver-



sicherer die für die Prämienkalkulation bedeutsamen Risikofaktoren erfragt, bedarf es der Textform.

Des Weiteren ist der Versicherungsschein dem VN in Textform zu übermitteln, und nur auf sein Verlangen hin als Urkunde, vgl. § 3 VVG. Auch die Widerrufserklärung des Versicherungsnehmers nach § 8 Abs. 1, S. 2 VVG ist – anders als beim allgemeinen Verbraucherwiderrufsrecht (§ 355 BGB) – an die Textform geknüpft. Nicht zuletzt haben Versicherungsvermittler dem Versicherungsnehmer die sog. statusbezogenen Informationen in Textform mitzuteilen, vgl. § 11VersVermV. Die durch Gesetz

vorgeschriebene Textform erfordert nach der Legaldefinition in § 126b S. 1 BGB eine lesbare Erklärung, in der die Person des Erklärenden genannt ist, auf einem dauerhaften Datenträger. Beim Online-Vertragsschluss lassen sich diese Anforderungen insbesondere durch folgende Datenträger erfüllen: E-Mail-Dateianhang, USB-Stick und CD-ROM. Was die Mitteilung per E-Mail-Dateianhang angeht, so gibt der Vertragsinteressent mit der Angabe einer E-Mail-Anschrift dem Vertreter hinreichend deutlich zu erkennen, dass er mit der Übermittlung von Informationen auf diesem Kommunikationsweg einverstanden ist.



b) Fortgeschrittene Website

Mit dem Begriff der sog. Sophisticated Website (fortgeschrittene Website) werden zwei verschiedene Fälle zusammengefasst, nämlich der Zwangs-Download und der geschützte Speicherbereich. Unter einem Zwangs-Download versteht man die technische Gestaltung, dass der VN den Vertragsschlussvorgang (genauer: den Vorgang zur Abgabe seiner Vertragserklärung, typischerweise des Antrags) erst fortsetzen kann, wenn er die Datei mit den Informationen auf ein eigenes Speichermedium wie etwa die Festplatte seines Computers heruntergeladen hat. Der BGH hat in nicht-versicherungsrechtlichem Zusammenhang entschieden, dass ein solcher Zwangs-Download den Anforderungen an eine Mitteilung in Textform genügt. Diese Beurteilung kann auf Versicherungsverträge übertragen werden.

Nicht ausreichend ist aber das bloße Setzen eines Häkchens, um dem Schein nach zu bestätigen, Unterlagen heruntergeladen zu haben. Der Gesetzgeber wollte mit dem Mitteilungserfordernis

erreichen, dass die Informationen tatsächlich in den Machtbereich des Empfängers gelangen. Erst wenn dies der Fall ist, liegt es außerhalb des Verantwortungsbereichs des Mitteilungsverpflichteten, wie der Kunde sodann mit den Informationen verfährt.

Schwierigere Fragen stellen sich hinsichtlich der zweiten Variante einer Sophisticated Website, nämlich dem geschützten Speicherbereich. Von einem solchen spricht man, wenn dem Kunden auf dem Server des zur Informationsmitteilung Verpflichteten ein eigener passwortgeschützter Bereich eingeräumt wird. Der EuGH hat dazu in einer Entscheidung zur Auslegung der Zahlungsdienste-RL 2007 folgende Anforderungen aufgestellt:

Das Textformerfordernis ist erfüllt, wenn die Website es dem Benutzer ermöglicht, die Informationen derart zu speichern, dass er sie für eine angemessene Zeit einsehen kann und ihm die unveränderte Wiedergabe möglich ist, ohne dass der Inhalt durch den Zahlungsdienstleister oder einen Administrator einseitig geändert werden kann. Zudem muss

der Kunde benachrichtigt werden, wenn neue Informationen in den geschützten Bereich eingestellt werden. Diese Kriterien lassen sich wiederum auf den Abschluss von Versicherungsverträgen übertragen.

Problematisch ist bei einem geschützten Speicherbereich insbesondere die Frage, auf welche Weise der Mitteilungsverpflichtete technisch sicherstellen muss, dass die Informationen nicht nachträglich durch ihn oder einen Administrator verändert werden können. Es kommt in Betracht, dass die hinterlegten Informationen einer Zugriffsmöglichkeit des Verpflichteten dauerhaft völlig entzogen sein müssen. Dies kann etwa dadurch geschehen, dass ein externer, keinen diesbezüglichen Weisungen unterliegender Dienstleister eingeschaltet wird oder dass die Daten auf einem externen Server hinterlegt werden.

c) Aufbewahrung

Eine weitere offene Frage ist, wie lange die Informationen auch noch nach der



Beendigung des Vertragsverhältnisses vorgehalten werden müssen. Die Antwort hängt davon ab, für welche Zwecke der Versicherungsnehmer die Informationen möglicherweise noch benötigen wird. Dies wiederum richtet sich nach der Art der jeweiligen Information. So wird hinsichtlich der Beratungsdokumentation i.S. von § 6a Abs. 2 VVG auf den Eintritt der Regelverjährung (§§ 214 Abs. 1, 195, 199 BGB) für mögliche Schadensersatzansprüche wegen Falschberatung (§ 6 Abs. 5 VVG) abzustellen sein. Geht es um die Vertragsinformationen i.S. von § 7 VVG, so kann der Versicherungsnehmer dann, wenn diese ihm unvollständig übermittelt worden sind, unter Umständen noch viele Jahre nach Vertragsbeendigung das Widerrufsrecht nach § 8 VVG geltend machen.

Der Ausübung dieses sog. „ewigen Widerrufsrechts“, das anders als beim allgemeinen Verbraucherwiderrufsrecht mangels entsprechender Richtlinienvorgabe nicht abgeschafft wurde, sind lediglich unter den strengen Voraussetzungen der Verwirkung gem. § 242 BGB gewisse zeitlichen Grenzen gesetzt.

d) Mögliche Fehler / Übermittlungsrisiko

Aus dem Gesagten folgt zugleich, dass es für eine Mitteilung in Textform nicht ausreicht, wenn die Informationen lediglich auf einer einfachen Website (ordinary website) abrufbar sind. In diesem Fall ist es dem Kunden nämlich nicht möglich, die Erklärung dauerhaft zu speichern, so wie § 126 b S. 2 BGB dies verlangt. Dabei ist es unerheblich, ob die Informationen erst über einen Link oder Button erreichbar oder aber unmittelbar auf der Website einsehbar sind. Wie aufgezeigt, genügt auch ein lediglich optionaler Download nicht für die geschuldete Übermittlung. Insoweit

rechtfertigt auch eine vom VN verlangte Bestätigung, dass er die Informationen gespeichert und/oder ausgedruckt habe, keine abweichende Beurteilung.

Wie stets, wenn es um die Übermittlung eines Dokuments geht, stellt sich auch bei der Mitteilung von vertragsbezogenen Informationen in Textform die Frage, wer das Risiko einer nicht erfolgreichen Übermittlung zu tragen hat. Die in Betracht kommenden Fälle sind vielgestaltiger als bei der analogen (etwa auf dem Postweg erfolgenden) Übermittlung, etwa Fehlermeldung bei E-Mail, zu geringe Speicherkapazität etc. Zudem kann die Datenübermittlung nach Beginn des Herunterladens durch Unterbrechung einer WLAN-Verbindung, ein „Abstürzen“ oder eine Abschaltung des Computers gestört werden. Bei einer Übermittlung per E-Mail-Dateianhang kann es auch vorkommen, dass das E-Mail-Postfach des Versicherungsnehmers generell (wegen Ausschöpfung der verfügbaren Speicherkapazität) nicht aufnahmebereit ist. Bei beiden Übermittlungswegen kann zudem ein vom VN installiertes Schutzprogramm (insbes. Firewall, Virens Scanner oder Spam-Filter) das Herunterladen oder das Öffnen der Datei verhindern.

Für die Zuweisung des Übermittlungsrisikos ist es hilfreich, sich auf die Grundregeln zu besinnen, die Gesetzgeber und Rechtsprechung für den Zugang empfangsbedürftiger Willenserklärungen auf konventionellen (analogen) Übermittlungswegen entwickelt haben. Nach diesen Regeln richtet sich die Verteilung des Übermittlungsrisikos grundsätzlich danach, wessen Sphäre das Hindernis zuzuordnen ist. So hat es z.B. der Adressat zu vertreten, wenn sein Hausbriefkasten unzureichend vor einem Zugriff Dritter gesichert ist und die schon in seine Sphäre gelangte Erklärung durch

einen solchen Zugriff abhandenkommt (sog. Sphärentheorie).

Diese Abgrenzung nach Verantwortungsbereichen lässt sich auch auf die Online-Übermittlung von Informationen übertragen. Demnach kommt es für die Entscheidung, wer das sog. Übermittlungsrisiko trägt, darauf an, in wessen Sphäre das Hindernis aufgetreten ist. So liegt es grundsätzlich in der Verantwortung des VN dafür zu sorgen, dass die von ihm genutzten Speichermedien (Festplatte, USB-Stick usw.) eine hinreichend große Kapazität aufweisen und dass sein E-Mail-Postfach zum Empfang weiterer Nachrichten bereit ist. Auch ein Datenverlust infolge einer Unterbrechung der WLAN-Verbindung ist seiner Sphäre zuzurechnen.

Demgegenüber obliegt es dem Zusehender sicherzustellen, dass die von ihm zur Übermittlung vorgesehenen Dateien keinen ungewöhnlich großen Umfang aufweisen. Hinsichtlich der Frage, wann diese Grenze überschritten ist, kann man sich an den üblichen Limits von verbreitet genutzten E-Mail-Diensten orientieren. Was die Lesbarkeit angeht, so ist der Versicherer gehalten, keine Komprimierungsprogramme oder sonstige Dateiformate einzusetzen, die nicht allgemein verbreitet und auch nicht leicht und unentgeltlich im Internet erhältlich sind.

e) Beweislast bzgl. der Übermittlung

Die Frage nach der Beweislast bzgl. der Unterlagen-Übermittlung ist hinsichtlich der nach § 7 Abs. 1 VVG mitzuteilenden Informationen deshalb besonders bedeutsam, weil von dieser gem. § 8 Abs. 2 VVG der Beginn der Widerrufsfrist abhängt. Die Grundregel lautet, dass der Vertreiber von Versicherungsprodukten



die Beweislast für die ordnungsgemäße Übermittlung trägt. In der Praxis kann diese Beweislastverteilung den Vertreiber durchaus vor Probleme stellen. Sie sind freilich im Online-Vertrieb einfacher zu bewältigen als bei einer postalischen Versendung der Unterlagen. So kann der Zugangsnachweis etwa dadurch erreicht werden, dass der Vertreiber in einer die Informationen enthaltenden E-Mail eine Eingangsbestätigung erbittet und der Kunde dieser Bitte nachkommt. Allerdings ist nicht gesichert, dass Letzteres auch tatsächlich geschieht. In Betracht kommt stattdessen, zum Beweis des Zugangs ein sog. log file (Protokolldatei) vorzulegen. Erfolgt die Übermittlung mittels eines Zwangs-Downloads, so genügt der Nachweis, dass der zum Vertragsschluss führende Vorgang auf Grund der Programmierung stets erst dann fortgesetzt werden kann, wenn der Download der Informationen erfolgt ist. Generell wird angenommen, dass Übermittlungs-, Eingangs- oder Lesebestätigungen, die vom Server des Versicherungsnehmers erstellt und an den Vertreiber gesandt werden, zumindest als Grundlage eines Anscheinsbeweises dienen können. Demgegenüber ist eine vom Vertreiber vorformulierte Zugangsbestätigung als Beweismittel untauglich. Solche Bestätigungsklauseln sind nämlich, jedenfalls wenn sie gegenüber einem Verbraucher eingesetzt werden, nach § 309 Nr. 12 lit. b) BGB unwirksam.



3. Bedarfsgerechte Beratung

a) Grundregeln

Versicherungsvermittler haben wegen ihrer Sachkunde in Bezug auf die ange-

botenen Versicherungsprodukte den VN vor dem Vertragsschluss anhand einer Bedarfsanalyse darüber zu beraten, welches Versicherungsprodukt am besten geeignet ist, vgl. §§ 6, 61 VVG. Durch die vorgeschriebene Beratung soll der Kunde in die Lage versetzt werden, eine eigenverantwortliche Entscheidung über den seinem individuellen Bedarf gerecht werdenden Versicherungsschutz zu treffen. Dies setzt nicht allein umfassende und zutreffende Informationen voraus, sondern auch die Erteilung eines am Bedarf des Kunden orientierten Rats im Sinne einer konkreten Handlungsempfehlung.

Von Bedeutung ist dies etwa dann, wenn ein für den VN wichtiges Teilrisiko (z.B. Haftung gegenüber Dritten bei gefährlichen Sportarten) von dem in Rede stehenden Versicherungsprodukt nicht umfasst ist. Umgekehrt kann es aber auch sein, dass ein solches Risiko zwar eingeschlossen ist, der Kunde aber insoweit wegen einer bereits anderweitig bestehenden Versicherung keinen Bedarf hat.

Der Gesetzgeber hat für die Beratungspflicht im Wesentlichen drei Pflichten aufgestellt:

- Fragepflicht, die der Ermittlung des Bedarfs dienen soll; hierfür kann regelmäßig ein standardisierter Fragenkatalog eingesetzt werden, der ggf. um individuelle Fragen zu ergänzen ist;
- eigentliche Beratungspflicht und
- Raterteilung nebst Begründung des erteilten Rats.

Zudem besteht eine Dokumentationspflicht, die es dem Kunden ermöglichen soll, die Beratung nachzuvollziehen und ggf. später Beratungsfehler geltend zu machen. Dafür wird in der Praxis oft ein Beratungsprotokoll eingesetzt. Die Anforderungen an die Dokumentation sind mit Wirkung seit 23.2.2018 in den

§§ 6 a, 59 Abs. 1 VVG neu gestaltet worden; dabei gestattet der Gesetzgeber nunmehr unter bestimmten Voraussetzungen ausdrücklich auch den Einsatz einer sog. Sophisticated Website.

Die Intensität der Beratung richtet sich insbesondere danach, wie einfach oder komplex das Produkt ist. So wird sich bei standardisierten Massenprodukten wie einer Reisegepäckversicherung typischerweise allenfalls ein geringer Beratungsbedarf ergeben, während etwa eine Kapitallebensversicherung bereits eine genaue Analyse der wirtschaftlichen Verhältnisse des jeweiligen Kunden erfordert und insgesamt einen deutlich höheren Beratungsaufwand auslöst.

b) Technische Umsetzung

Noch im Jahr 2007 hat der deutsche Gesetzgeber die Ansicht vertreten, dass die nach dem Gesetz geschuldete bedarfsgerechte Beratung im Online-Vertrieb gar nicht durchführbar sei. Wörtlich heißt es, dass „bei ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln, wie dies in erster Linie bei Direktversicherern der Fall ist, diese Pflicht praktisch nicht erfüllt werden kann“. Diese Einschätzung, von der sich der Gesetzgeber inzwischen gelöst hat, muss inzwischen als überholt gelten. Vielmehr lässt sich das, was beim konventionellen Versicherungsvertrieb im persönlichen Gespräch abgefragt und worüber beraten wird, umfassend auch digital umsetzen.

Für die technische Umsetzung der Beratung im Online-Vertrieb stehen vielfältige und effektive Tools zur Verfügung. Diese Instrumente ermöglichen es bei richtiger Programmierung, Fehler und Auslassungen zu vermeiden. Sie vermögen damit sogar zu einer Steigerung der Beratungsqualität beizutragen, auch wenn nicht verkannt werden darf, dass ein direkter persönlicher Kontakt

für manche Kundenkreise zumindest bei komplexeren Produkten (vgl. § 61 VVG) vorzuzugswürdig ist.

Für den Einstieg in die digitale Beratung können etwa sog. Drop-down-Menüs eingesetzt werden. Mit ihnen nähert sich der Kunde schrittweise demjenigen Versicherungsprodukt, für das er sich interessiert. Während des gesamten elektronischen Beratungsprozesses kann der Kunde in vielfältiger Weise unterstützt werden, etwa durch anklickende Icons, automatisch auf dem Bildschirm erscheinende Pop-up-Fenster oder eine übergeordnete Hilfe-Funktion mit Stichwortsuche. Darüber hinaus kommen auch individuelle digitale Kontaktaufnahmen, etwa in Gestalt eines Live-Chats oder einer Video-Kommunikation, in Betracht. Der Einsatz von Skype-artigen Instrumenten ermöglicht ein Gespräch mit einer Person; dies kann – abgesehen von der räumlichen Distanz – einem Vertrieb auf konventionellem Wege qualitativ sehr nahekommen. Ein Telefongespräch außerhalb solcher in den digitalen Auftritt integrierter Techniken kommt gleichfalls in Betracht, würde allerdings einen Medienbruch bedeuten.

c) Beratungsverzicht

Niemand muss zwangsweise eine Beratung über sich ergehen lassen. Daher ist ein Beratungsverzicht möglich, vgl. §§ 6 Abs. 3, 61 Abs. 2 VVG. In der ursprünglichen Fassung der VVG-Reform von 2007 war dafür generell die Schriftform vorgesehen. Da diese eine eigenhändige Unterschrift erfordert (vgl. § 126 BGB), erzwang das Formerfordernis im Online-Vertrieb einen Medienbruch. Seit dem 23.02.2018 genügt im Fernabsatz deshalb eine gesonderte Erklärung in Textform, vgl. §§ 6 Abs. 3, S. 2, 61 Abs. 2, S. 2 VVG. Mithin können diejenigen di-

gitalen Instrumente genutzt werden, die auch für die Übermittlung von Informationen in Textform verfügbar sind. Der Beratungsverzicht führt dazu, dass der Versicherungsnehmer keine Ansprüche nach §§ 6 Abs. 5, 63 VVG wegen unterbliebener oder fehlerhafter Beratung erheben kann. Daher muss der Kunde vor dem Verzicht auf diesen Nachteil ausdrücklich hingewiesen werden, vgl. §§ 6 Abs. 3, S. 1, 61 Abs. 2, S. 1 VVG.



4. Zusammenfassung/ wesentliche Ergebnisse

►► Der Abschluss von Vers.-Verträgen über das Internet ist mittlerweile in vielen Sparten möglich. Er bietet die Chance, Kunden zur Vorsorge zu motivieren, die auf den klassischen Vertriebswegen nicht oder nur schwer erreichbar sind. Darin liegt angesichts der Bedeutung individuellen Versicherungsschutzes auch ein gesamtgesellschaftlicher Nutzen;

►► das Hauptproblem der digitalen Vermittlung von Versicherungsverträgen besteht in der Beratung des potentiellen VN. Da ein persönliches Kundengespräch meist nur ausnahmsweise – in Gestalt einer Option – stattfindet, ist diese Form der Vermittlung von Versicherungsverträgen aus Verbrauchersicht zwar problematisch, doch man muss davon ausgehen, dass der Kunde bei der Wahl dieses Vertriebskanals regelmäßig keine Beratung i.S. der persönlichen Empfehlung erwartet. Der Versicherer wird deshalb sogar durch § 6 Abs. 6 VVG im Fernabsatzgeschäft von seiner Beratungspflicht nach § 6 Abs. 1, 4 VVG befreit. Für Vermittler fehlt eine entsprechende Regelung im § 61 VVG;

►► der Einsatz moderner Techniken bietet mittlerweile auch beim Vertragschluss über das Internet grundsätzlich ausreichende Möglichkeiten, um den Anforderungen an die Beratungspflicht des Versicherers und des Vermittlers (§§ 6, 60, 61 VVG) gerecht zu werden. Hierzu zählen insbes. Pop-up-Fenster, Fragetools, Instant-Chat-Funktionen sowie Telefon-Hotlines;

►► Versicherer und Vermittler haben die gesetzlich gebotenen Informationen (vgl. § 7 Abs. 1 VVG i.V.m. §§ 1 ff. VVG-InfoV, § 11 VersVermV) in Textform zu erteilen. Es muss sichergestellt sein, dass die Informationen dem Kunden auf einem dauerhaften Datenträger verfügbar werden, sei es als E-Mail-Anhang, Zwangs-Download oder mittels einer sog. sophisticated website (persönliches digitales Archiv). Eine derartige Übermittlung bewirkt regelmäßig zugleich, dass die AGB-rechtlichen Einbeziehungsvoraussetzungen für AVB (§ 305 Abs. 2 BGB) erfüllt sind. Eine reine Download-Option genügt für den Zugang nicht; vorformulierte Zugangsbestätigungen sind unwirksam;

►► Online-Makler müssen statusbezogene Informationspflichten bereits beim ersten geschäftlichen Kontakt in Textform erfüllen. Diesen Anforderungen genügt es nicht, wenn die Informationen lediglich im Rahmen des Impressums aufgeführt werden;

►► die zur Vertragsdurchführung erforderliche Datenverarbeitung ist grundsätzlich auch ohne Einwilligung zulässig. Erhöhte Anforderungen bestehen allerdings, wenn personenbezogene Gesundheitsdaten online übermittelt werden. Eine datenschutzrechtliche Einwilligung bedarf grundsätzlich der Schriftform.



GRUNDFÄHIGKEITEN- VERSICHERUNG

Einkommensschutz für Könnner

Die Basler Versicherungen bieten seit Juli 2020 eine exzellent bewertete Grundfähigkeitsversicherung. Neben dem umfangreichsten Leistungskatalog in diesem Produktsegment, werden viele absolut einzigartige Produktfeatures angeboten.

Die Absicherung des Einkommens ist eine der wichtigsten Versicherungen überhaupt. Am häufigsten wird dafür die Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) gewählt, bei der die zuletzt ausgeübte Tätigkeit ausschlaggebend ist. Leider ist die BU für viele Kunden zu teuer, zu kompliziert oder sie sind aufgrund von Vorerkrankungen nicht versicherbar. Dafür gibt es eine Lösung, die Grundfähigkeitsversicherung.

Die Basler Grundfähigkeitsversicherung bietet eine Absicherung gegen den Verlust von Fähigkeiten und Fertigkeiten – unabhängig von der Berufsausübung an. So gehören beispielsweise Treppensteigen, Gebrauch einer Hand, Schreiben und Autofahren zu versicherten Fähigkeiten in den preisgünstigsten Tarif-Varianten der Basler. Insgesamt bieten die Tarife einen Absicherungsumfang von 28 Leistungsauslösern, die Regelungen dazu sind besonders leicht verständlich und somit sehr kundenfreundlich.

Drei Tarifvarianten:

Bronze, Silber und Gold

Je nach individuellem Bedarf stehen drei Tarif-Varianten zur Auswahl:

- ▶▶ Bronze (16 Grundfähigkeiten):
Ideal für preisbewusste Kunden
- ▶▶ Silber (23 Grundfähigkeiten):
Ideal für Kunden mit Blick auf ein starkes Preis-Leistungsverhältnis
- ▶▶ Gold (28 Grundfähigkeiten):
Ideal für Kunden mit höchstem Leistungsanspruch

Tipp: Der Verlust der Fähigkeiten PKW- und Motorradfahren ist in allen Tarifen abgesichert.

Einzigartiger Schutz und fünf Zusatzbausteine

Das modulare Produktkonzept der Basler und die Definition von neuen und innovativen Grundfähigkeiten, ermöglicht eine bedarfsgerechte Einkommensabsicherung für große Kundengruppen. Beispiele für neue Grundfähigkeiten:

- ▶▶ Riechen und Schmecken speziell für gastronomische Berufe,
- ▶▶ Ziehen und Schieben für Gesundheits- und Logistikberufe.

Besonders hervorzuheben sind die Gelber-Schein-Regelung im Zusatzbaustein Arbeitsunfähigkeitschutz, den die Basler als erster Versicherer innerhalb einer Grundfähigkeitsversicherung anbietet. Dazu können weitere Zusatzbausteine gewählt werden:

- ▶▶ Basler PsycheSchutz: Absicherung schwerer psychischer Erkrankungen
- ▶▶ Basler Beruf Plus: Rente bei Verlust des LKW- oder Busführerscheins

und der Befähigung des Tragens von Atemschutzgeräten (Neu!)

- ▶▶ Basler KrankheitenSchutz: Kapitalleistung bei bestimmten Erkrankungen und schweren Unfällen
- ▶▶ Basler InflationsSchutz: Leistungsdynamik

Einsteigertarife und Easy-Going-Antragskonzept

Die Tarife Gold und Silber werden zusätzlich mit einem reduzierten Anfangsbeitrag in den ersten drei Jahren als Einsteigertarife angeboten. Dieses Angebot hat nur die Basler.

Das „Easy-Going“ Antrags- und Servicekonzept der Basler wurde weiterentwickelt. So werden für die Zielgruppe Junge Leute zwei Spezialanträge bereitgestellt:

- ▶▶ Antrag für Kids (Eintrittsalter 6 bis 15 Jahre) mit nur drei Gesundheitsfragen
- ▶▶ Antrag für Junge Leute bis Alter 30 Jahre (bis zu 2.500 € monatliche Rente) mit nur fünf Gesundheitsfragen

Kontakt



Vito Mitaritonna, Landesdirektor

Basler Vertriebsservice-AG

Telefon: 040 / 3599 4660

Mobil: 0177 / 833 08 37

E-Mail: vito.mitaritonna@basler.de

EASI – DIE NEUE STUTTGARTER EINKOMMENSABSICHERUNG

Die Stuttgarter ist am 1. Juli 2020 mit easi, ihrem neuen ganzheitlichen Konzept zur Einkommensabsicherung, an den Start gegangen. easi verbindet attraktive biometrische Produkte mit einem neuen Service-Angebot für Vermittler.

Optimierung des Produkt-Angebots

Die Stuttgarter hat ihre bestehenden Berufsunfähigkeits- und Grundfähigkeitslösungen neu aufgesetzt. Die BU-Tarife wurden grundlegend überarbeitet und signifikant im Preis optimiert. Sie zielen auf ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis mit einer soliden Kalkulationsgrundlage. Im GrundSchutz+ wurden bei nahezu unverändertem Pricing 16 der 23 Leistungsauslöser verbessert. Insbesondere wurde das mobil-Paket um die Absicherung der Nicht-Erteilung des Führerscheins erweitert.

Absicherung während des gesamten Berufslebens

Mit easi^{life} setzt Die Stuttgarter auf eine maximale Flexibilität ihrer Produkte. Diese können beim Abschluss passgenau abgestimmt und während der Vertragslaufzeit an sich ändernde Lebensumstände angepasst werden. Zum Beispiel beinhaltet der GrundSchutz+ eine Wechseloption in die Berufsunfähigkeitsversicherung ohne erneute Gesundheitsprüfung – und die BU PLUS unter anderem eine Berufswechseloption.

Neue Lösungen für Kinder und Schüler

Erstmals hat Die Stuttgarter im Rahmen von easi ihre Einkommensabsicherung für junge Zielgruppen geöffnet. Die BU PLUS ist jetzt für Schüler ab zehn Jahren und der GrundSchutz+ für Kinder ab fünf Jahren erhältlich. Beide Produkte



Die Stuttgarter bietet jetzt auch Lösungen zur Einkommensabsicherung für junge Zielgruppen an.

zeichnet eine im Markt einzigartige Option zur Beitragsbefreiung bei Tod des Versorgers aus: Der Versicherungsschutz des Kindes bleibt weiter bestehen, auch wenn der Versorger frühzeitig versterben sollte. Die Stuttgarter übernimmt in diesem Fall die Beitragszahlungen.

Neue Service-Angebote rund um die Einkommensabsicherung

Das ganzheitliche Konzept von easi wird abgerundet durch neue, umfangreiche

Service- und Informationsangebote für Vermittler. Mit easi.stuttgarter.de hat Die Stuttgarter ein neues Themenportal rund um die Einkommensabsicherung ins Leben gerufen. Hier finden Vermittler neben Produktinformationen auch News und Trends, Weiterbildungsangebote, Expertenmeinungen sowie Beratungshilfen.

Kontakt



Karsten Fleck
Stuttgarter Lebensversicherung a. G.

Mobil: 0 172 / 73 89 314
E-Mail: karsten.fleck@stuttgarter.de
www.easi.stuttgarter.de

RENDITE-CHANCEN VOR UND WÄHREND DER RENTE

In der Rentenphase von der Börse profitieren und ein großes Fonds-Sortiment mit ETF: Die Continentale hat ihre komplette Fonds-Renten-Familie um zahlreiche Bausteine erweitert. Von den neuen Services profitieren nicht nur Kunden. Sie unterstützen auch Vermittler bei ihrer Arbeit.

Mit neuen Werkzeugen für höhere Renditechancen hat die Continentale Lebensversicherung ihre fondsgebundenen Renten-Tarife weiter verbessert. Zahlreiche Extras ergänzen die bereits bestehenden Leistungen. So sind die Tarife – mit und ohne Garantien – noch attraktiver. Damit können Vermittler auch Kunden ansprechen, die bisher bei fondsgebundenen Policen noch zögerlich waren.

Mit Renditen auch in der Rente

Ein besonderes Highlight in vielen Tarifen ist der investmentororientierte Rentenbezug. Dabei können die Kunden auch über die Ansparphase hinaus an den Chancen des Kapitalmarktes teilhaben. Mit dieser Rendite-Plus-Option kann der Kunde sich neben der verlässlichen, garantierten Rente zusätzlich auf eine monatliche Gewinnrente freuen. Deren Höhe variiert abhängig von der aktuellen Fondswert-Entwicklung. Die Continentale gehört zu den wenigen Versicherern, die diese Möglichkeit anbieten.

Mit ETF im Portfolio

Aus der erweiterten Palette mit mehr als 100 Investmentfonds und 6 Depots kann der Kunde jetzt auch börsengehandelte Indexfonds (ETF) wählen. Da bei letzteren keine Gebühren für ein aktives Management anfallen, sind deren Verwaltungskosten besonders niedrig. In allen Tarifen stehen 15 verschiedene ETF zur Auswahl. Diese kann der Kunde beliebig mit anderen Anlagenformen kombinieren. Denn mit bis zu zehn Fonds in seinem Portfolio kann er sein Risiko breit streuen.

In vielen Tarifen bietet die Continentale jetzt neu gebührenfreies Rebalancing. Dadurch wird die prozentuale Guthabenaufteilung im gewählten Fonds-Mix dauerhaft beibehalten. Diese verändert sich durch unterschiedliche Wertentwicklung im Laufe der Zeit. Das Rebalancing stellt in einer jährlichen Aufräumaktion die gewünschte Fonds-Aufteilung automatisch wieder her. Verändert der Kunde sein Portfolio bewusst, kann er diesen Service formlos für die neue Aufteilung wieder einschließen.

Schrittweise Umverteilung

Um die Kapital-Verteilung in den Fondsstufenweise anzupassen, ergänzt jetzt ein weiteres Werkzeug das Angebot. Das in vielen Tarifen verfügbare Laufzeitmanagement hilft, Markt-Chancen zu ergreifen und Risiken zu vermeiden. Auf Wunsch wird dafür monatlich Kapital aus den Ausgangs- in die Zielfonds umgeschichtet. Durch diese schrittweise Umverteilung kann der Kunde vom Cost-Average-Effekt profitieren. Das Laufzeitmanagement steht ihm auch für Sonderzahlungen jederzeit gebührenfrei zur Verfügung.

Damit der Kunde die richtigen Entscheidungen für sein Portfolio treffen kann, muss er immer auf dem neuesten Stand sein. Deswegen trumpft die Continentale mit digitalen und individuellen Informationen zum eigenen Tarif und Portfolio auf. Das nutzt auch dem Vermittler. Durch die zentral gebündelten Informationen kann er die Fonds seiner Kunden im Blick behalten und detaillierte Analysen durchführen. So kann er bei Bedarf noch gezielter beraten.

Bewährtes erhalten

In den Tarifen bleiben bereits bestehende Services und Wahlbausteine vollständig erhalten. Dazu zählen der bewährte Garantie-Retter, GarantiePlus und bei den Fondsrenten mit Garantien das frei wählbare Garantieniveau. Die Tarife der Fondsrentenfamilie gibt es als Privat-, Riester- und Basisrente sowie als Direktversicherung in der betrieblichen Altersversorgung.

Kontakt



Richard Lechner

Stahlstraße 17, 90411 Nürnberg

Telefon: 0 89 / 37 417 -597

Fax: 0 911 / 5697 -107

Mobil: 0 173 / 28 44 337

E-Mail: Richard.Lechner@continentale.de
makler.continentale.de/FRV-Upgrade

Entspannt in die Zukunft blicken.
Mit mehr Rendite zu mehr Rente.



Mehr Fonds. Mehr Möglichkeiten. Bewährte Planungssicherheit.

Unsere neuen Fonds-Renten

- **Top Rentenfaktor** – einer der höchsten am Markt. Er gilt für das gesamte Verrentungskapital und ist ab Vertragsbeginn garantiert.
- **Investmentorientierter Rentenbezug** – in der Rentenphase weiter die Chancen der Börse nutzen. Ohne auf eine garantierte Rente zu verzichten.
- **Rebalancing** – Fonds-Strategie automatisch beibehalten durch jährliches Wiederherstellen der ursprünglichen Fonds-Gewichtung.
- **Laufzeitmanagement** – Fonds-Anlage mit komfortabler Umschichtung systematisch optimieren. Auch für Sonderzahlungen geeignet.
- **Exzellente Anlage** – Auswahl aus bis zu über 100 Fonds. Jetzt mit 15 kostengünstigen ETF. Und mit bis zu 10 Fonds die Anlage breit streuen.
- **Fonds-Analyse** – voll digitale Entscheidungshilfe. Mit nur drei Klicks alle wichtigen Infos zum Fonds-Sortiment für den jeweiligen Tarif.



Ihr Ansprechpartner:

Richard Lechner

Telefon 089 37417-597

Fax 0911 5697-107

Mobil 0173 2844337

E-Mail Richard.Lechner@continentale.de
makler.continentale.de/FRV-Upgrade



DIGITALE VORSORGEBERATUNG MIT DER DELA

Onlineabschluss ohne Kundenunterschrift beim Experten für die Hinterbliebenenabsicherung

In der heutigen Zeit ist die digitale Kundenberatung sehr wichtig. Ziel der DELA ist es, seine Vertriebspartner optimal zu unterstützen. Die Onlineabschlussrechner der DELA für die Risikoleben- und Sterbegeldversicherung können daher vom Vermittler auch via iFrame auf die eigene Vertriebspartnerwebseite eingebaut werden. Oder als Link an die Kunden versendet werden.

Der Antrag erfolgt demnach komplett digital und die Policen kommen ohne Papier. Das ist nicht nur nachhaltig sondern auch sehr komfortabel. Dabei sorgt der garantierte Beitrag (Brutto- gleich Nettobeitrag) für eine enorme Planungssicherheit bei Kunden und Beratern.

Support durch Online-Kampagnen

Zusätzlich bietet DELA Unterstützung durch unkonventionelle Kampagnen, die auch den Beratern zur Verfügung stehen. Menschen für den Schutz ihrer Liebsten zu sensibilisieren, das will zum Beispiel die Online-Kampagne der DELA Lebensversicherungen. Die Bildsprache und die Tonalität transportieren das Thema auf eine neue und emotionale Art und Weise.

Eine Löwin beschützt ihr Jungtier, eine Gruppe Pinguine wacht über die ersten Schritte ihrer Küken und das Leittier eines Wolfsrudels erkundet aufmerksam die Umgebung. Als Leitgedanke steht über allen Motiven der Kampagne der Instinkt als natürliche Motivation für den Schutz und die Vorsorge für Familie, Partner und Angehörige: „Vom Instinkt geleitet. Vom füreinander abgesichert.“

Umfangreiches Kampagnen-Paket für Vertriebspartner

Die Auswertungen zeigen, dass die DELA mit der Ansprache offenbar einen Nerv getroffen hat. Die Emotionalisierung öffnet Menschen für das sensible Thema

der frühzeitigen und selbstbestimmten Vorsorge und hilft, gezielt darüber zu informieren.

Für die Vertriebspartner steht ein umfangreiches Paket mit Online- und Offline-Materialien bereit. So sind unter anderem die Banner als Download erhältlich. Ebenso stehen die Kampagnen-motive als Poster zur Verfügung.

Kontakt



Ihre Fragen beantwortet gerne:

Peter Rauch

KeyAccount Manager Süd

Mobil: +49 174 / 33 96 109

E-Mail: prauch@dela.de
www.dela.de

DELA
füreinander

Instinkt.

Schützt
sein Rudel.

Sichert seine
Gefährten ab.

DELA.

Instinkt, die Liebsten abzusichern:
DELA Sterbegeldversicherung.

Jetzt absichern

www.dela.de


NÜRNBERGER
 VERSICHERUNG

DIE NÜRNBERGER ALS STARKER EKS-PARTNER.

Versicherungs-Makler übernehmen Verantwortung. Denn sie beraten den Kunden ganzheitlich und erklären ihm, wie wichtig ein guter Schutz im Alltag ist. Auch und gerade, wenn es um den Einkommenschutz geht. Um den Job gut machen zu können, braucht es einen starken Partner, der mit ausgezeichneten Produkten den Maklern zur Seite steht. Die NÜRNBERGER als erfahrener Einkommensschutz-Versicherer bietet den passenden Schutz.

Schutz für Berufe mit Infektionsrisiko

Die Corona-Pandemie hat es deutlich gemacht: Pädagogen, Erzieher, Pflegepersonal, Hebammen und Ärzte sind Berufe mit Infektionsrisiko. Die NÜRNBERGER bietet hier eine passgenaue Lösung. Denn mit der Infektionsklausel der NÜRNBERGER EKS-Produkte – sowohl in der Grundfähigkeitsversicherung als auch in der BU – erhalten Kunden zusätzlichen Schutz.

Grundfähigkeiten absichern

Möchte der Kunde eine Grundfähigkeit wie zum Beispiel Sehen, Sprechen, Tragen, Stehen oder Gehen absichern, ist die NÜRNBERGER Grundfähigkeitsversicherung das passende Produkt. Das Besondere: Die volle Leistung wird bereits bei starker Beeinträchtigung nur einer der versicherten Grundfähigkeiten sowie bei Pflegebedürftigkeit erbracht. Zudem gibt es verkürzte Gesundheitsfragen bis zu einer garantierten monatlichen Rente von 1.500 EUR. Und der Kunde kann die vereinbarte Rente bei bestimmten Ereignissen wie z. B. Heirat oder Geburt eines Kindes ohne erneute Gesundheitsfragen erhöhen.

Schwere Erkrankungen: Dread-Disease-Versicherung

Der Kunde hat bereits eine Berufsunfähigkeitsversicherung, möchte sich aber

auch gegen schwere Erkrankungen absichern? Mit dem Ernstfallschutz der NÜRNBERGER können Makler das passende Produkt bieten: Wird eine von 50 Erkrankungen wie beispielsweise Krebs, Herzinfarkt oder Schlaganfall diagnostiziert, leistet die NÜRNBERGER eine Einmalzahlung – und zwar unabhängig davon, ob die Person noch weiter berufstätig sein kann. Die gezahlte Leistung steht dem Kunden zur freien Verfügung.

Kinder bis 18 mitversichert

Um schwere Erkrankungen abzusichern, können Kunden Versicherungssummen bereits ab 25.000 EUR wählen. Besonderes Merkmal des Ernstfallschutzes: Bei der NÜRNBERGER gibt es Teilleistungen. Und zwar bei Krebs, Herzinfarkt, Schlaganfall und Multipler Sklerose bereits bei minderschwerem Grad der Erkrankung. Entscheidet sich der Kunde für den Premium-Tarif, erhält er im Fall der Fälle eine Soforthilfe bis zu 5.000 EUR. Und der sogenannte Zweitschutz ermöglicht

es, dass der Kunde bei einer weiteren schweren Erkrankung eine zweite Kapitalzahlung bekommt. Kinder sind übrigens in beiden Tarifen (Comfort und Premium) bis zum 18. Geburtstag automatisch mitversichert.

Schnelle Hilfe im Leistungsfall

Innerhalb der ersten 24 Stunden nach Anzeige des Leistungsfalls verschickt die NÜRNBERGER den Fragebogen. Darüber hinaus bietet die NÜRNBERGER jedem Kunden den L-Check an, um die Regulierungsdauer zu verkürzen: Medizinisches Fachpersonal unterstützt Kunden beim Ausfüllen des Fragebogens und ermöglicht so eine schnellere Leistungsfallregulierung.

Übrigens: Für ihre Kompetenz in der Berufsunfähigkeitsversicherung hat Morgen & Morgen die NÜRNBERGER mit der Höchstbewertung 5 Sterne ausgezeichnet.

Kontakt

Uwe Theil

Vertriebsleiter Personenversicherungen
 NÜRNBERGER Versicherung
 Sendlinger Straße 27, 80331 München

Telefon: 089 / 23194-339
 Mobil: 0151 / 538 40 641

E-Mail: uwe.theil@nuernberger.de
www.nuernberger.de



NÜRNBERGER
VERSICHERUNG

Unser Einkommensschutz.
Vielseitiger Schutz für Ihre
Kunden. Vielseitiger Service
für Sie.

vertrieb.nuernberger.de/eks

Passt.
Für Sie. Für Ihre Kunden.



Personen- und Funktionsbezeichnungen
stehen für alle Geschlechter gleichermaßen.

RISIKOLEBEN: NUR JEDER 6. HAUSHALT HAT VORGESORGT

Erst 17 Prozent der deutschen Haushalte haben mit einer Risikolebensversicherung vorgesorgt. Das zeigen Zahlen des Statistischen Bundesamtes. Für Vermittler bieten sie deshalb großes Potenzial und sind ein guter Türöffner für weitere Geschäfte.

Vor allem Paare mit Kindern sichern nach Auswertung des Statistischen Bundesamtes sich und ihre Lieben mit einer Risikolebensversicherung ab. In dieser Gruppe sorgen rund 43 Prozent damit vor. Bei den Alleinerziehenden und Paaren ohne Kinder sind es hingegen nur 15 Prozent. Doch auch diese Gruppen sollten ihre Familienangehörigen oder andere Hinterbliebene für den eigenen Todesfall zumindest finanziell absichern. Hinzu kommt, dass viele Paare ihren Deckungsschutz nicht ihrer individuellen Situation anpassen.

Qualifizierte Beratung besonders wichtig

So sichern sie häufig nur den Tod des Hauptverdieners oder eine Immobilienfinanzierung ab. Sie übersehen dabei, dass im Todesfall die laufenden Kosten weiterhin getragen werden müssen. Dann aber von einer Person allein. Witwen- oder Halbwaisenrenten können dies nur unzureichend auffangen. Urlaube und andere schöne Dinge geraten ins Hintertreffen. Hinzu kommen etwa Betreuungskosten für die Kinder oder die häusliche Pflege der Eltern. Hier ist also die Beratung durch einen qualifizierten Vermittler sehr wichtig.

Mit 4 Gesundheitsfragen schneller zum Abschluss

Mehr Zeit für die Beratung ermöglicht die EUROPA mit dem eGesundheits-

Check. Das digitale Tool führt Vermittler und Kunden interaktiv durch die erforderlichen Fragen im Online-Antrag. Davon beziehen sich grundsätzlich nur 4 Fragen auf die Gesundheit. Auf Basis der Kundenangaben wird in der Regel ein Sofortvotum und der endgültige Beitrag ausgegeben. Das Ergebnis: Der Vertrag wird noch schneller poliziert.

Zusatzschutz für Familien im Premium- und Standard-Tarif

Über den Premium-Schutz der EUROPA können Familien zudem finanzielle Lücken, wie etwa Pflege- oder Betreuungskosten, kurzfristig schließen. Pflegt die versicherte Person bis zu ihrem Tod einen nahen Angehörigen, erhöht sich etwa über den Pflegebonus die Todesfall-Leistung. Mit dem Kinder-Bonus steigt die Todesfall-Leistung für jedes Kind bis der Nachwuchs sechs Jahre alt ist. So können gerade in diesem Alter, in dem Kinder eine deutlich intensivere Betreuung benötigen, Kosten aufgefangen werden.

Der beste Preis für jeden Kunden

Auch mit dem Standard-Tarif hebt sich die EUROPA ab, da sich auch hier der beliebte Zusatzschutz Krebs Plus hinzubuchen lässt. Er ermöglicht eine finanzielle Sofortleistung bei den Diagnosen Krebs sowie Herzinfarkt oder Schlaganfall. Egal ob Premium- oder Standard-Tarif: Die EUROPA sorgt aus Überzeugung immer für den besten Preis für jeden Kunden. Das gelingt mit einer individuellen und differenzierten Risikoeinstufung.

Jetzt Partner-Bonus sichern

Paare profitieren bis Ende des Jahres zudem noch ganz nach dem Motto „Nur die Liebe spart“. Schließen zwei Partner jeweils eine Risikolebensversicherung bei der EUROPA mit einer Mindestlaufzeit von fünf Jahren ab, so erhält der Vertrag, der als zweites poliziert wird, ein Beitrags Guthaben in Höhe von 50 Euro. Nutzen können den Partner-Bonus Ehepaare, unverheiratete Paare und Lebenspartner, die im gleichen Haushalt leben.

Kontakt



Sabine Küpper

Maklerberaterin und Referentin EUROPA
 Continentale Versicherungsverbund

Telefon: 0 221 / 57 37 -878

E-Mail: sabine.kuepper@europa.de
www.europa-vertriebspartner.de

EXTREM GÜNSTIG. EXTREM LEISTUNGSSTARK.

Die EUROPA Risikolebensversicherung
setzt neue Maßstäbe

Top positioniert und noch mehr Leistungen:
Unser neuer Tarif überzeugt Vermittler und Kunden!

- + Jetzt noch günstiger für langjährige Nichtraucher
- + **Neu:** inklusive ereignisunabhängiger Nachversicherung (höchstens 100 % der Versicherungssumme, einmalig max. 50.000 €)
- + **Neu:** ereignisabhängige Nachversicherung jetzt mit bis zu 50.000 € Nachversicherungssumme je Ereignis
- + Schneller und einfacher Abschluss mit eGesundheitsCheck

NEUER
TARIF



WWW.EUROPA-VERTRIEBSPARTNER.DE ODER 0221 5737-300

EUROPA
VERSICHERUNG PUR.



VERSORGUNGSWERKE & BRANCHENLÖSUNGEN MIT AXA

Mit speziellen, auf Branchen abgestimmten Versorgungswerken haben Sie ausgezeichnete Möglichkeiten, bessere Rahmenbedingungen in der Kundenakquise und -beratung zur betrieblichen & privaten Vorsorge zu nutzen. AXA kooperiert mit kompetenten Partnern.

Gemeinsam mit dem Unterstützungs- und Versorgungswerk für den Dienstleistungsbereich e.V. (u.di e.V.) bieten wir **fünf branchenbezogene Lösungen** an, die Mitarbeitern kleiner und mittelständischer Betriebe Konditionen bieten, die sonst nur großen Unternehmen vorbehalten sind:

- ▶▶ Versorgungswerk Informations-technologie (IT)
- ▶▶ Versorgungswerk Erziehung, Soziales, Pflege (ESP)
- ▶▶ Versorgungswerk Dentallabore
- ▶▶ Versorgungswerk
Rechtsberatende Berufe
- ▶▶ Versorgungswerk Lehrer/innen

Die Versorgungswerke bieten grundsätzlich das Produktangebot der bAV von AXA mit kollektiven Konditionen zur Auswahl. Dies beinhaltet die Relax bAV-Rente und die konventionelle Rentenversicherung inklusive möglicher Zusatzversicherungen sowie die selbstständige Berufs- und Erwerbsunfähigkeitsversicherung (im Rahmen der Direktversicherung). Besonders attraktiv ist dabei die Berufsunfähigkeitsabsicherung.

Vorteile, die einfach überzeugen:

TOP 1: Kollektivkonditionen und vereinfachte Gesundheitsprüfung bei Absicherung von Berufs-/Erwerbsunfähigkeitsleistungen – und das bereits ab der ersten versicherten Person. Der zu versichernde Mitarbeiter muss zum Beispiel bei einer monatlichen Berufsunfähig-

keitsrente bis 1.250 EUR nur zwei kurze Fragen zur Gesundheit im Rahmen einer Mitarbeitererklärung beantworten.

TOP 2: Beitragsfreier Versicherungsschutz für bis zu 4 Monate bei Wegfall der Lohnfortzahlung wegen Krankheit in der selbstständigen Berufs- und Erwerbsunfähigkeitsvorsorge als Direktversicherung.

TOP 3: Je nach Versorgungswerk profitieren Firmeninhaber zusätzlich von den Kollektivkonditionen und einer einfachen Gesundheitsprüfung im Rahmen der privaten Absicherung.

TOP 4: Kombinieren Sie die Vorteile der Versorgungswerke mit den digitalen Abschlussmöglichkeiten für die Entgeltumwandlung und Verwaltung im Kollektivgeschäft.

TOP 5: Kostenfreie Mitgliedschaft in den u.di Versorgungswerken. Nutzen Sie die Vorteile unserer Versorgungswerke gerade jetzt. Das Konzept bietet Ihnen eine neutrale und vereinfachte Ansprache Ihrer Firmenkunden über die Vorteile des jeweiligen Versorgungswerkes. Denn u.di ist ein im Rechtsdienst-

leistungsregister eingetragener und zugelassener Rentenberater.

Um die Vorteile eines Versorgungswerkes nutzen zu können, muss man als Betrieb bzw. Einrichtung der Branche zugehörig sein und dem Versorgungswerk beitreten. Dies erfolgt durch eine einfache Beitrittsklärung des Betriebs bzw. der Einrichtung, die eine kostenfreie Mitgliedschaft begründet.

Einfache Beantragung: Für jedes Versorgungswerk gibt es einen Online-Rechner. Neben den Unterlagen aus dem Online-Rechner muss nur ein Policierungsdeckblatt und der u.di-Mitgliedsantrag eingereicht werden.

Sie möchten sich im Detail informieren? Alle Informationen zu unseren Versorgungswerken finden Sie im Makler-Extranet unter:

www.entry.axa.de/extranet-makler/pb/Branchenloesungen

Wir unterstützen Sie auch gerne persönlich!

Kontakt



Christian Idler
Regionalmanager KV / LV
Makler- und Partnervertrieb
AXA Konzern AG

Ridlerstraße 75
80339 München

Telefon: 0152 / 0937 22 92
E-Mail: christian.idler@axa.de
www.axa.de

Ausbilder flashen.

Berufsschule rocken.

Zukunft chillen.

Swiss Life BU 4U – Highlights:

- ✓ Akuthilfe
- ✓ Ausbildungstarif
- ✓ günstige Beiträge sichern

MAKLER MEETS
COMPANY

bridge

**REMOTE
BERATUNG**

REMOTE BERATUNG – DIE DIGITALE ZUKUNFT!

Blicken Sie gemeinsam mit der SDV AG in die Zukunft und werden Sie zum digitalen Maklerexperten!

Betreten Sie mit der SDV AG die neue digitale Beratungswelt und nehmen Sie online an unserem **Makler-meets-Company** teil. Melden Sie sich jetzt unter folgendem Link an:

www.sdv.ag/makler-meets-company

Lassen Sie sich auch von den weiteren digitalen Angeboten der SDV AG überzeugen!

Mit **extra für Sie eingebauten Beratungsstrecken**, die einen schnellen und komfortablen Abschluss ermöglichen.

Interesse geweckt? Dann registrieren Sie sich unter folgendem Link:

www.bridge-systems.com/sdv

Für eine persönliche Beratung wenden Sie sich an den Bridgesupport:

E-Mail: sdv-bridgesupport@sdv.ag

Telefon: 0821 / 71008 - 700

SDV

SERVICEPARTNER DER
VERSICHERUNGSMAKLER AG

AKTUELL



Fresh-up! DEURAG Tarif 01/2020.

Starker Rechtsschutz mit noch mehr
Premiumleistungen für Ihre Kunden

Der erfolgreiche DEURAG Rechtsschutz geht mit frischen
Extra-Leistungen in das Jahr 2020!

- **Cyber-Rechtsschutz:** Aktiver Straf-Rechtsschutz im privaten Bereich
- **Beratungs-Rechtsschutz** bei Urheberrechtsverstößen im Internet
- **Inklusive neuer Serviceleistungen** wie Unternehmensvorsorgevollmacht oder AGBCheck

TOP

Gut ausgestattet und erfolgreich beraten!
Alle Highlights der neuen Tarifgeneration
finden Sie unter:

www.deurag.de/vertriebspartner/tarif-2020

DEURAG Deutsche Rechtsschutz-Versicherung AG
Abraham-Lincoln-Straße 3 | D-65189 Wiesbaden | Telefon 0611 771-0 | info@deurag.de | www.deurag.de

Ein Unternehmen der
SIGNAL IDUNA Gruppe

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

SDV Servicepartner der Versicherungsmakler AG

Proviantbachstraße 30, 86153 Augsburg

Telefon 0821 / 71008 -0

Fax 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 / GESTALTUNG

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

DRUCK

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

BILDNACHWEISE

AdobeStock – Titelseite/Seite 06: © ra2 studio

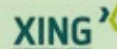
Seite 05: © thodonat – Seite 07 / 09 / 10 / 11: © ONYXprj

Seite 08: © Andrey Popov – Seite 09: © New Africa

Seite 21: © fizkes – Seite 22: © Nonwarit – Seite 38: © Artur

Fotolia.com – Seite 03: © leberus – Seite 18: © keatikun

Sie finden uns auch bei:



LinkedIn

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.



Sichern Sie sich nicht nur beste Produkte,
sondern auch **beste Vertriebsunterstützung.**

Wir sind Ihr kompetenter und fairer Partner beim Verkauf: Wir bieten Ihnen umfangreiches Informationsmaterial, das Ihren Kunden unsere Produkte perfekt vorstellt. Unsere Vertriebsspezialisten sind bei Fragen zu den Produkten gern persönlich für Sie da und unterstützen Sie durch Schulungen und Vertriebsansätze.

SIGNAL IDUNA Gruppe
Maklerdirektion Süd
Mies-van-der-Rohe-Str. 6
80807 München
maklerservice.muenchen@signal-iduna.de

SIGNAL IDUNA 
gut zu wissen