

R+V, KRAVAG, CONDOR: Dreispurig im Maklermarkt erfolgreich

Interview mit Jens Hasselbächer, Vorstand Marketing und Vertrieb **R+V**, und Dietmar Schöne, Vertriebsdirektor Makler **R+V** / Die **R+V** Gruppe wird Versicherungsmakler auch weiterhin mit den Marken **R+V**, **KRAVAG** und **CONDOR** bedienen. Dabei soll die etablierte Position im Firmengeschäft gefestigt, das Privatkundengeschäft ausgebaut und das Lebensversicherungsgeschäft mit neuen Produkten forciert werden. Strukturen und Technik werden an die Maklerbedürfnisse ausgerichtet.

Herr Hasselbächer, im Herbst vergangenen Jahres haben Sie bei der **R+V** die Verantwortung für den Vertrieb übernommen. Was spricht aus Ihrer Sicht für die **R+V**?

Jens Hasselbächer Die **R+V** wächst seit vielen Jahren stärker als der Markt. Das bereitet einem Vertriebsvorstand natürlich Freude. Die **R+V** ist der größte Bankenversicherer in Deutschland mit einem herausragenden Marktzugang über die Volksbanken und Raiffeisenbanken. Hinzu kommen unsere drei Markenwerte, die wir im täglichen Geschäft leben: Solide. Begeisternd. Genossenschaftlich. Unsere Gruppe verfügt über exzellente Bilanzkennzahlen und eine sehr solide Eigentümerstruktur. Damit können wir unser Geschäftsmodell sehr langfristig ausrichten. Dies zeigt sich auch in der Motivation und dem Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im gesamten Bundesgebiet. Sie machen einen wesentlichen Teil unseres Erfolges aus.

Herr Schöne, was bedeuten diese Aussagen aber für die Zusammenarbeit mit Maklern?

Dietmar Schöne Durch unsere nachhaltige Geschäftspolitik und die vertrauensvolle, partnerschaftliche und solide Zusammenarbeit mit Kunden und Vertriebspartnern ist die **R+V** ein Top-Partner gerade auch für Makler. Im Geschäftsfeld Komposit zeigt sich dies in einer stabilen und planba-

ren Zeichnungspolitik für den Makler: Wir springen nicht in Risiken, um sie kurzfristig wieder zu verlassen. In der Lebens- und Krankenversicherung ist dies ein wichtiges Entscheidungsmerkmal für die Auswahl eines Risikoträgers durch den Makler. Denn hier werden Leistungsversprechen für das ganze Leben gegeben - über viele Jahre und Jahrzehnte.

Wie wichtig ist für die **R+V** Gruppe der Vertrieb über Makler?

JH In Komposit sind wir einer der größten Maklerversicherer am Markt. Hier sind wir über unsere drei Marken **R+V**, **KRAVAG** und **CONDOR** sehr präsent. Durch den Maklervertrieb erhält die **R+V** wichtige Markt- und Wettbewerbsimpulse, sodass wir unsere Produkte und Prozesse ständig weiterentwickeln und dadurch Mehrwerte für alle Vertriebswege generieren. In der Regel entwickeln sich neue Vertriebsmodelle im Maklerumfeld dynamischer. Auch dadurch werden wir trainiert und bleiben insgesamt fit im Markt.

Gerade in Komposit ist der Maklervertrieb ein wesentlicher Bestandteil und Wachstumstreiber der **R+V**. Dies wird vor allem durch das Firmen- und Kfz-Geschäft getragen. Hier wollen wir unsere starke Position weiterhin festigen und ausbauen. Aber wir haben auch Geschäftsfelder im Maklermarkt, in denen wir aktuell noch deutliches Wachstumspotenzial haben. Vor allem in den Personenversicherungssparten und

dem Retailgeschäft wollen wir wachsen und unsere Marktanteile ausbauen. Unser Ziel ist es, mit der Marke **Condor** zu den Top Drei im Maklermarkt zu gehören.

Wie wollen Sie denn im kleinteiligen Privatgeschäft im Retailbereich Ihren Marktanteil ausbauen?

DS Wir sind im Retailgeschäft 2018 mit einer auf den Maklermarkt ausgerichteten Produktlinie neu gestartet. Erfolgstreiber hierbei sind natürlich Top-Produkte, aber auch die technische Einbindung in Vergleicher, Webservices und allen relevanten BiPRO-Anwendungen. Dadurch gewährleisten wir bedarfsgerechte Lösungen auf höchstem Niveau für den Kunden bei gleichzeitiger Prozesseffizienz für den Makler. Auch im Standard-Gewerbebereich starten wir dieses Jahr mit der Integration unserer Produkte in relevante Vergleicher.

Wie sieht es denn in der Lebensversicherung aus? Die **CONDOR** hat sich als traditioneller Lebensversicherer nicht ganz so dynamisch entwickelt wie der Markt.

JH Wir planen kurzfristig die Vertriebsstruktur zu verändern, indem wir das Personenversicherungsgeschäft prominenter in den Fokus stellen. Wir kommen zum 01.07.2019 mit einer Produktoffensive im Bereich der fondsgebundenen Rentenversicherung und der Biometrie-Produkte. Das ist der Start für eine langfristig angelegte Weiterentwicklung un-

...Fortsetzung

serer Angebotspalette.

Die bAV wird perspektivisch die größten Wachstumspotenziale im Lebensversicherungsmarkt haben. Neben einer umfangreichen Produktpalette über alle Durchführungswege zählt in der bAV insbesondere auch die Gesellschaftsqualität. Hier sind wir mit **CONDOR** und **R+V** natürlich top platziert. Außerdem arbeiten wir an umfangreichen Anpassungen bei den Prozessen. Von Webrechner über BiPRO-/TAA-Anbindungen und eine neue Angebotssoftware bis hin zur elektronischen Unterschrift haben wir uns viel vorgenommen.

Gilt das auch für die Krankenversicherung?

JH In Kranken sind wir bereits sehr gut positioniert. Gerade im Bereich der Beihilfetarife und in der Dienstunfähigkeitsversicherung mit unserer neuen Dienstunfähigkeitsklausel setzen wir Maßstäbe. Wir sehen im Bereich der Zusatzversicherungen - gerade bei Pflege - noch große Potenziale, die im Markt insgesamt noch nicht ausgeschöpft werden. Mit unserer neuen Generation von Pfelegetarifen versuchen wir, die Makler bei der Erschließung dieses Marktes zu unterstützen.

Das klingt, als ob Sie auch weiterhin mit drei Marken im Maklermarkt unterwegs sein werden.

DS **R+V** ist einer der am breitesten aufgestellten Risikoträger am Markt. Wir bieten von Agrarprodukten über Kreditversicherungen bis zu Zeitwertkonten alles unter einer soliden Marke an. Im Maklermarkt werden wir unter der Marke **R+V** vor allem das qualifizierte Firmengeschäft weiter ausbauen. **KRAVAG** ist unsere starke Marke für Mobilität - hier riecht es sozusagen immer ein wenig nach Kraftstoff -, das soll so bleiben. **CONDOR** ist die traditionelle Maklermarke im Konzern. Hier vereinigt sich Makler-Know-how mit hanseatischer Tradition. Vor allem im Leben- und Retailgeschäft sehen wir eine große Zukunft für die **CONDOR**, in die wir verstärkt investieren werden.

Und sind Ihre technischen Prozesse als traditioneller Bankenversicherer auch auf diesen Vertriebsweg ausgerichtet?

JH Bis vor einigen Jahren war der Fokus auf dem Ausschließungsvertrieb. Heute werden alle unsere Technologieentwicklungen auch auf die Erfordernisse des Maklermarktes abgestimmt. Spezifische Anforderungen des Maklermarktes wie zum Beispiel BiPRO entwickeln wir mit großer Energie weiter. Hier werden wir 2020 Marktführer bei der Umsetzung der BiPRO-Normen sein. Im Übrigen befruchten sich die unterschiedlichen Vertriebswege auch hier. Prozessexzellenz und zu-

kunftsfähige digitale Lösungen verbessern unsere Effizienz und damit auch Teile unserer Wettbewerbsfähigkeit.

Über alle Vertriebswege hinweg stellt sich die Frage, ob durch die Digitalisierung perspektivisch die Maschine den Menschen ersetzen kann. Wie positionieren Sie sich an dieser Stelle?

DS Natürlich werden unsere Prozesse durch die Digitalisierung immer effizienter - weniger wertschöpfende Tätigkeiten entfallen. Das schafft Potenziale, um sich mit der eigentlichen Aufgabe, der Kundenberatung, zu beschäftigen. Gleichzeitig hat sich das Kundenverhalten geändert. Der Makler muss sich zukünftig darauf einstellen, dass der Kunde andere Touchpoints nutzt. Der Kunde holt sich seine Informationen über das Internet, benötigt aber in komplexeren Absicherungsbereichen weiterhin eine Beratung. Hier schaffen Makler einen erheblichen Mehrwert. Natürlich gilt dieser Beratungsanspruch auch für den Versicherer. Wir unterstützen den Makler mit einer bundesweiten, qualifizierten Spezialisten-Organisation aus Vertrieb und Sparte - persönlich vor Ort. Tatsächlich bewerten unsere Makler diese Unterstützung sehr positiv. Dies hat gerade eine von der **R+V** durchgeführte NPS-Befragung bei Maklern klar bestätigt.