

## Daily Business 4 – Internetmakler

Börsen-Kurier 17 vom 22.4.2004

**Daily Business**



Photo: Feistritzer

DIE KOLUMNE RUND UM VORSORGE  
UND VORSORGEBERATUNG  
VON  
ING. ROBERT FEISTRITZER

Versicherungsgesellschaften haben jahrzehntelang einen verkaufshungrigen Außendienst aufgebaut. Der Versicherungsmakler bemüht sich seit eh und je durch Objektivität um seine Kunden. Beiden macht das Internet jetzt Konkurrenz: Immer mehr Firmen bieten dort ihre Policen an - doch wie gut ist das für den Konsumenten?

Die Branche kämpft erbittert um Kunden. Markt und Umsätze sind enorm: Die Pro-Kopf-Ausgaben für Versicherungen liegen in Österreich dzt. bei 1.445 € pro Jahr. Geschätzte 2 % der Verträge kamen über das Internet, rund 77 % vermittelten klassische Vertreter. Die großen Versicherer haben die wachsende Bedeutung des Internets längst erkannt. So ermöglicht bereits eine Vielzahl der Anbieter ihren Kunden elektronische Schadensmeldungen. Doch die meisten Gesellschaften nutzen das Netz nur als Ergänzung zum herkömmlichen Vertrieb: Vor dem Abschluß besucht ein Mitarbeiter den Interessenten.

Von klassischen Versicherungsmaklern unterscheiden sich die Online-Vermittler dadurch, daß ein Teil der Ver-

tragsabschlüsse und die gesamte Verwaltung online erledigt werden kann. Und man wirbt damit, für den Kunden besonders günstig zu sein und speziell ausgehandelte Konditionen anbieten zu können.

Beratungsintensivere Produkte wie private Krankenversicherungen oder komplexe Vermögensbildungsprodukte werden erst in das Angebot aufgenommen, wenn die Beratungsmöglichkeiten über das Internet eine adäquate Entscheidungshilfe ermöglichen.

Doch nicht nur das Internet macht dem herkömmlichen Versicherungsvertrieb und dem Versicherungsmakler Konkurrenz, auch über das Intranet vieler größerer Betriebe wird dem Privatkunden über den Inhouse-Broker Vorsorge und Vermögensaufbau angeboten. Doch dieser kann - genauso wenig wie die immer intensiver eingesetzten alternativen Vertriebsmethoden Direct Mail und Vertrieb über Call Center - dem Kunden auch nicht den Service anbieten, das ein seriöser Versicherungsmakler bieten kann - den unabhängigen Vergleich!

*Fortsetzung auf Seite 16!*

## DAILY BUSINESS (FORTSETZUNG VON S. 15)

„Der Rat eines qualifizierten und unabhängigen Maklers ist der beste Schutz, den Versicherungsnehmer haben können. Auf dem europäischen Versicherungsmarkt werden Versicherungsnehmer vor einem ungewohnt reichhaltigen Angebot stehen und professionell unabhängigen Rat brauchen, um das Produkt zu finden, das ihren Bedürfnissen am besten entspricht“ (Sir Leon Brittan, Vizepräsident der EU-Kommission; 25. 10. 1990 in Lissabon, Anm.)

Daß dieses Versprechen auch eine Verantwortung mit sich bringt, liegt auf der Hand. Der immer unüberblickbarer werdende Vorsorgemarkt erschwert es auch dem Makler,

seinen Kunden die richtige Vorsorgeempfehlung zu geben. Der Trend geht zunehmend zur Spezialisierung auf ein Fachgebiet (Betriebliche Mitarbeitervorsorge, Unternehmenskunden etc.); der Kunde ist gut damit beraten, seine Versicherungs- und Vorsorgeangelegenheiten einem Verbund von Spezialisten anzuvertrauen.

Das Internet kann somit gerade nur für das standardisierte Privatkundengeschäft zu einer mittelfristigen Konkurrenz für den Makler werden, kann aber niemals die fachlich fundierte und genau auf die Situation des Kunden zugeschnittene Beratung durch den Makler ersetzen. Und für den Makler bedeutet das, sich noch mehr

als bisher mit den individuellen Kundenwünschen auseinanderzusetzen und sein Fachwissen auf Spezialgebieten zu vertiefen.

Ein durchaus gewollter, positiver Nebeneffekt dieser Erkenntnis ist, daß sich dieses Verhalten herumspricht - und Sie wissen ja: Bis zu 67 Prozent der Kunden setzen bei Vorsorgeentscheidungen auf die Freundschaftsempfehlung - ein Faktor, der nicht planbar ist und deshalb im Verhalten berücksichtigt werden soll.

*Ihr Ing. Robert Feistritzer,  
Unternehmensberater & akkred. Wirtschaftstrainer*

**Börsen-Kurier - Netztip**

[www.feistritzer.at](http://www.feistritzer.at)