

Dialog auf eigenständigem Erfolgskurs

Zukunftssicher positioniert



Unberührt von den aktuellen Veränderungen im deutschen Gesellschaftsgefüge des Mutterkonzerns Generali baut die Dialog ihre Marktpositionierung als Spezialversicherer für biometrische Risiken weiter aus. Warum die Augsburger ihren eigenständigen Marktauftritt wahren konnten und welche Zukunftsperspektiven ihnen der Markt bietet, erläutert Rüdiger R. Burchardi, Vorstand Vertrieb und Marketing, im Gespräch mit KURS.

KURS: Herr Burchardi, der Generali-Konzern positioniert sich im deutschen Markt neu. Doch im Gegensatz zur Volksfürsorge bleibt die Dialog als eigenständige Marke erhalten. Noch einmal Glück gehabt?

Burchardi: Mit Glück hat das, denke ich, weniger zu tun. Mehr schon mit der Tatsache, dass die Dialog als Spezialversicherer für biometrische Risiken hervorragend auf dem deutschen und dem österreichischen Maklermarkt positioniert ist. Wir repräsentieren damit im Verbund der Generali-Gruppe eine hervorragend eingeführte Marke von hoher Reputation bei Vertriebspartnern und Kunden und sind dabei noch in einem ausgewiesenen Zukunftsfeld aktiv. Denn unsere Kernkompetenzen, die Absicherung biometrischer Risiken, werden angesichts des zu beobachtenden rasanten demografischen und gesellschaftlichen Wandels zunehmend nachgefragt. Zudem sind wir geschäftlich sehr erfolgreich und von den Kostenstrukturen her schlank und effizient aufgestellt. So haben wir in einem stagnierenden Lebensversicherungsmarkt unseren Marktanteil in den letzten vier Jahren mehr als verdreifachen und jüngst beispielsweise die Zahl der Verträge auf über 300.000 steigern können. Ich meine, dass wir damit zu den leistungsfähigen Spezialisten gehören, die im Versicherungsmarkt die Zukunft mitbestimmen werden.

KURS: Ein Anbietermarkt, der sich offenbar den rasch und nachhaltig verändernden Anforderungen durch Selektion und Zusammenschlüsse anpasst.

Burchardi: Es ist sicher eine der großen unternehmerischen Aufgaben, den wechselnden und derzeit wachsenden Wettbewerbsanforderungen mit zukunftsweisenden Erfolgsstrategien zu begegnen. Speziell der Vorsorgemarkt befindet sich seit geraumer Zeit in einem permanenten Wandel, der nicht nur durch den Gesetzgeber forciert wird, sondern, wie erwähnt, auch auf tief greifende demografische und gesellschaftliche Umbrüche zurückgeht. Diesem Wandel kann ich als Anbieter entweder durch Leistungsstärkung und Synergieschöpfung im Rahmen größerer Einheiten begegnen. Oder aber es gelingt mir alternativ, das Unternehmen als Spezialist zu positionieren, der ein genau definiertes Marktsegment mit anerkannt hoher Kompetenz und einem erstklassigen Leistungsangebot abdeckt. Diesen zweiten Weg ist die Dialog in den vergangenen Jahren mit wachsendem Erfolg gegangen. Wir bieten seit unse-

rer Neupositionierung im Jahr 2003 als Spezialversicherer für biometrische Risiken über die Vertriebsschiene der unabhängigen Vermittler hochwertige individuelle Vorsorgelösungen mit hoher Flexibilität in den Bereichen Leben und Berufsunfähigkeit. Verbunden mit einem exzellenten Serviceangebot für unsere Vertriebspartner haben wir so die Basis gelegt für eine gesicherte Zukunft in einem zweifellos nicht einfachen Geschäftsumfeld.

KURS: ...das ja auch 2008 wieder von einigen Turbulenzen geprägt ist.

Burchardi: Sicherlich haben die Anforderungen des VVG in den ersten Monaten dieses Jahres Geschäft gekostet. Schließlich mussten sich Produkthanbieter wie Vermittler zunächst einmal in der neuen VVG-Welt zurechtfinden und die Abläufe entsprechend justieren. Inzwischen beginnt man sich wieder auf das eigentliche Geschäft zu konzentrieren, so dass ich für das zweite Halbjahr wieder von einem stärkeren Marktwachstum ausgehe. Für die Dialog werte ich nach dem erfolgreichen Verlauf des durchaus schwierigen Geschäftsjahres 2007, in dem wir deutlich über Marktdurchschnitt gewachsen sind, auch die Chancen für das laufende Jahr positiv. Auch deshalb, weil die Nachfrage nach Risikoprodukten aufgrund der sich verändernden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen weiter zunehmen wird. Für 2008 rechne ich deshalb mit einem Wachstum von zwei bis drei Prozent. Damit würde sich der Erfolg der Dialog nahtlos fortsetzen, denn seit unserer Neupositionierung haben wir unseren Marktanteil im Segment der

biometrischen Risikoabdeckung mehr als verdreifacht. Aktuell liegt er im Leben-Bereich bei rund 7,6 Prozent.

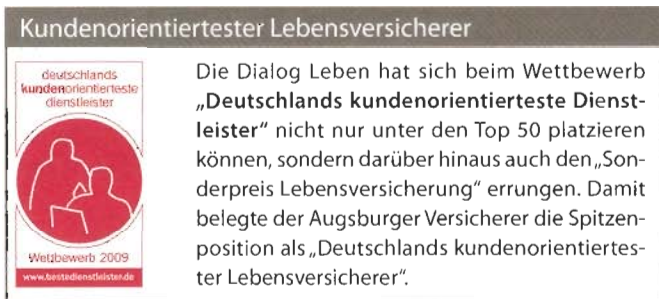
KURS: Worauf gründet sich Ihre positive Zukunftseinschätzung?

Burchardi: Zum einen auf unsere hohe Kompetenz in der Absicherung biometrischer Risiken, die sich in vom Markt hervorragend angenommenen Produkten ausdrückt. Jüngstes Beispiel für die Innovationsstärke der Dialog in diesem Bereich ist das preisgekrönte Biometrische Optimierungsmodell, kurz BOM. Damit haben wir unseren rund 15.000 aktiven Partnern in Deutschland und Österreich ein exklusives Absicherungskonzept mit erheblichem Vertriebspotenzial an die Hand gegeben. Hinzu tritt eine hohe Service- und Dienstleistungsorientierung, die bei immer mehr Maklern Anerkennung findet, so dass sich die Zahl der Geschäftsverbindungen inzwischen jährlich um rund 1.000 Partner erweitert.

KURS: Um einmal beim Produktangebot zu bleiben: Was zeichnet BOM besonders aus?

Burchardi: BOM ist die Antwort der Dialog auf die aktuelle Herausforderung, trotz eingenger finanzieller Ressourcen eine vernünftige Absicherung der wichtigsten Lebensrisiken bei gleichzeitigem Aufbau einer vernünftigen finanziellen Vorsorge darstellen zu können. Diese scheinbare Quadratur des Kreises wurde bei dieser kombinierten Risiko- und BU-Versicherung durch eine technisch-einjährige Kalkulation der Tarif gelöst. Was sicherstellt, dass aktuelle Lebensrisiken wie Berufsunfähigkeit

oder der plötzliche Tod des Versorgers zu einem aktuellen Preis abgedeckt werden können, der dem jeweiligen finanziellen Leistungsvermögen entspricht. So sind die Einstiegsprämien für die Risikoabdeckung für junge Menschen – Berufseinsteiger oder Familien – niedrig und es verbleibt noch finanzieller Spielraum für den Aufbau der notwendigen Altersvorsorge. Gerade diese intelligente Verbindung von bezahlbarem Versicherungsschutz und Vorsorgemöglichkeiten hat die Juroren überzeugt, BOM in diesem Jahr mit dem Siegel des „Innovativsten Finanzproduktes



aus dem Bereich Versicherungen“ auszuzeichnen. Für den Versicherungsvermittler bietet das Konzept zudem die in der neuen Versicherungswelt immer wichtiger werdende Haftungssicherheit, weil er seinem Kunden ein gut austariertes und günstiges Produktkonzept als Gesamtlösung anbieten kann.

KURS: Als Spezialist für Risikoabsicherung muss man seine Nase stets im gesellschaftlichen Wind haben, um auf Veränderungen schnell reagieren zu können. Wo sehen Sie die kommenden Herausforderungen für Ihr Unternehmen bzw. die Vertriebspartner?

Burchardi: Wenn wir Herausforderungen als Marktchancen verstehen, dann sehe ich vor allem im Bereich der Berufsunfähigkeit und im Pflegesektor noch großes Zukunftspotenzial. Gerade hier zeigt sich, dass der Bedarf an einer finanziell darstellbaren Risikoabsicherung riesengroß ist. Denn obwohl die BU in aller Munde ist, ist der weitaus größte Teil der Bevölkerung gegen dieses wirklich Existenz bedrohende Risiko nicht ausreichend abgesichert – auch weil in vielen Fällen die finanziellen Mittel für den Aufbau einer angemessenen Absicherung als nicht ausreichend empfunden werden. Nicht nur mit BOM laufen wir hier offene Türen ein. Vielmehr legt die Dialog bei ihren Produktinnovationen Wert darauf, qualitativ hochwertige Vorsorge in einem erschwinglichen Preis-/Leistungsverhältnis darzustellen. Dieser Ansatz fließt auch in unser neuestes Konzept einer Grundfähigkeitsversicherung ein. Sie kann dann in bestimmten Fällen als kostengünstigere Alternative zur BU angeboten werden. Die Markteinführung planen wir für die zweite Jahreshälfte 2008. Zudem haben wir ein waches Auge auf den Pflegesektor, in dem private Vorsorge ja auch zunehmend wichtig wird. Ich denke, dass die Dialog hier in 2009 mit einem entsprechenden Angebot aufwarten kann.

KURS: Sind das die Gründe für die hohe Akzeptanz der Dialog durch die unabhängigen Vermittler?

Burchardi: Das – und weil wir neben einer attraktiven Produktpalette einen anerkannt hohen Dienstleistungslevel leben. Wir arbeiten stetig daran, den Service und die Betreuung für unsere Kooperationspartner – sei es der unabhängige Einzelvermittler, der Mehrfachagent, der Maklerpool oder die unabhängige Ver-

triebsorganisation – zu optimieren. Dass wir auch 2007 wieder rund 1.000 neue Geschäftsverbindungen aufbauen konnten, spricht dafür, dass unsere Kompetenz in diesem Bereich breite Anerkennung findet.

KURS: Gibt es Kernelemente dieses Servicegedankens, die Ihnen besonders am Herzen liegen?

Burchardi: Eigentlich ist es das Zusammenspiel zahlreicher Einzelfaktoren wie Schnelligkeit, Kompetenz, persönliche Betreuung und Ansprache, jederzeitige Erreichbarkeit, die in ihrer Gesamtheit dazu beitragen, dass die Dialog bei den Partnern als starker Anbieter gilt. Wenn ich aber ein Serviceangebot exemplarisch benennen sollte, dann wäre das die Schnellschiene, die, 2006 eingeführt, wohl als Paradebeispiel für Prozessoptimierung gelten kann. Sie bietet die Möglichkeit, dass Anträge, die keine weitergehende Risikoprüfung oder Rückfragen erfordern, bereits in der ersten Stufe der Sachbearbeitung erfolgreich abgeschlossen und noch am Tag des Antragseingangs poliziert werden können. Mehr als 50 Prozent der Anträge werden schon auf diesem Weg bearbeitet – in der letzten Ausbaustufe streben wir eine Quote von 80 Prozent an. Auch unsere Inhouse-Maklerbetreuung, bei der wir unseren Partnern offensiv Hilfestellungen in allen Fragen rund um die Maklertätigkeit anbieten, werden wir weiter ausbauen. Derzeit nehmen diese „praktische berufliche Lebenshilfe“ schon rund 6.000 Makler in Anspruch – mit steigender Tendenz.

KURS: Wirken sich die neuen Anforderungen des VVG auf das Service- und Dienstleistungsangebot aus?

Burchardi: Die VVG-Novelle hat durch ihre ausgeweiteten bürokratischen Anforderungen nicht nur viel Geld gekostet, sie konfrontiert auch die Makler mit großen organisatorischen und logistischen Herausforderungen. Dass dies in Deutschland Geschäft gekostet hat, sieht man im direkten Vergleich mit Österreich, wo ein vergleichbarer Einbruch in den ersten Monaten des Jahres nicht stattgefunden hat. Die Dialog ist seit Dezember 2007 VVG-fit und unterstützt ihre Partner nicht nur durch gesetzeskonforme Unterlagen und Software, sie bietet auch alle vom VVG zugelassenen Vertragsvarianten – Antrags-, Invitatio- und Stellvertretermodell – an. Zudem haben wir eine Hotline eingerichtet, in der die wichtigen Fragen der Vermittler zum neuen Recht schnell und kompetent beantwortet werden. Gerade in der jüngeren Zeit wurde diese Hotline im Zusammenhang mit der Informationspflichtenverordnung wieder verstärkt in Anspruch genommen.

KURS: Verständlich, wenn man bedenkt, unter welchem permanentem Veränderungsdruck der unabhängige Vermittler derzeit steht.

Burchardi: Das ist ganz sicher so. Dennoch sehe ich die unabhängigen Vermittler mittel- und langfristig als Gewinner der neuen Vorsorgewelt. Auch wenn sie sich organisatorisch den neuen Gegebenheiten anpassen müssen, so wird ihre Grundposition als Sachwalter der Kunden in einer stetig komplexeren Vorsorgewelt nicht geschwächt. Für die Dialog wiederum wird es eine der zentralen Aufgaben sein, ihr Leistungs- und Serviceangebot auf die sich derzeit stark verändernde Vertriebswelt auszurichten. Dieser Herausforderung stellen wir uns mit gewohnt hoher Kompetenz und der Motivation, die Zukunft gemeinsam mit den Partnern erfolgreich zu gestalten.

Das Gespräch führte George Clegg