



Interview mit Rüdiger R. Burchardi, Vorstand Dialog Lebensversicherungs-AG

infinma: Herr Burchardi, die Dialog Lebensversicherungs-AG gehört in Deutschland zu den eher kleineren Gesellschaften. Sagen Sie uns doch bitte zunächst etwas zu Ihrem Unternehmen und zur Einbindung in den Generali-Konzern.

Burchardi: Die Dialog Lebensversicherungs-AG ist der führende Spezialversicherer für biometrische Risiken. Mit unserem Portfolio aus Risikolebensversicherungen, Berufsunfähigkeitsversicherungen und Erwerbsunfähigkeitsversicherungen sichern wir die Risiken Todesfall und Invalidität finanziell ab. Unsere Produkte zeichnen sich durch zahlreiche Alleinstellungsmerkmale aus und erhalten immer wieder die Bestnoten der namhaften Rating-Agenturen. Wir sind ein Teil des international tätigen Generali-Konzerns und gehören innerhalb der Generali Deutschland Gruppe, in der wir der einzige reine Maklerversicherer sind, zu den besonders ertragreichen Unternehmen.

infinma: Die Dialog hat sich im Jahr 2003 neu aufgestellt. Auf welchen Märkten sind Sie tätig? Auf welche Vertriebswege setzen Sie?

Burchardi: Es ist richtig, wir haben uns vor nunmehr acht Jahren als biometrischer Spezialversicherer neu positioniert. Wir sind in den Märkten Deutschland und Österreich tätig und setzen dabei ausschließlich auf den Vertriebskanal Makler. Dabei sind unsere Vertriebspartner Einzelmakler, Pools, Mehrfachagenten, freie Vertriebe, Banken und Sparkassen.

infinma: Sind Sie auch regional für Ihre Vertriebspartner erreichbar? Wie haben Sie sich mit Ihrer Makler-Betreuung aufgestellt?

Burchardi: Wir haben unsere Märkte in vier Vertriebsdirektionen für Deutschland und eine Direktion für Österreich aufgeteilt. Unter der Leitung der Vertriebsdirektoren arbeiten Maklerbetreuer in ihrer jeweiligen Region. Zusätzlich werden unsere Vertriebspartner von den Inhouse-Maklerbetreuern von unserer Zentrale in Augsburg aus betreut. Neben persönlichen Gesprächen spielen Online-Schulungen, Roadshows und Messen eine wichtige Rolle für den Kontakt mit unseren Vertriebspartnern. Alle wichtigen Informationen und Unterlagen können auch über unseren passwortfreien Internet-Auftritt und den mobilen Internet-Auftritt gewonnen werden. Über das mobile Internet können auch von unterwegs in Minutenschnelle Angebote eingeholt werden. Der installierte Bedarfsrechner ist ein wichtiges Tool für die Vorsorgeberatung.

infinma: Neben dem Hauptvertriebsweg Makler / Freie Vermittler setzen Sie auch auf den Bankenvertrieb, bspw. über die Kreissparkasse Augsburg. Welche Bedeutung hat dieser Vertriebskanal für Sie? Wie schätzen Sie zukünftig die Bedeutung der Bancassurance ein?

Burchardi: Banken und Sparkassen sind für uns ein wichtiger Vertriebskanal, besonders in Österreich. Wir generieren insgesamt etwa 20 Prozent unseres Neugeschäfts über diesen Kanal. Grundsätzlich glauben wir, dass die Bancassurance ihre Bedeutung auch in Zukunft behalten wird, erwarten in den nächsten Jahren aber keine grundlegenden Veränderungen. Die von Ihnen erwähnte Kreissparkasse Augsburg ist für uns ein hervorragender Vertriebspartner und zugleich auch geschäftspolitisch sehr wichtig, da sie am Ort unseres Stammsitzes erfolgreich mit hohem Umsatzvolumen tätig ist.

infinma: Für das zurückliegende Jahr 2010 hatten Sie bereits im Frühjahr ein deutliches Wachstum vermeldet. Gibt es schon erste Informationen über den bisherigen Geschäftsverlauf im Jahre 2011?

Burchardi: In der Tat können wir seit unserer Neupositionierung 2003 Jahr für Jahr ein deutliches Wachstum erzielen; unsere Beitragseinnahmen haben wir in diesem Zeitraum fast verdreifachen können. Im Jahr 2010 stiegen die gebuchten Bruttobeiträge um 5,1 Prozent von 198,8 Mio. Euro auf 209,0 Mio. Euro. Dieses Wachstum setzt sich auch 2011 fort. Im ersten Halbjahr nahm der laufende Jahresbeitrag des Bestandes bei stark wachsendem Neugeschäft um 6,0 Prozent zu. Für die zweite Jahreshälfte sind wir entsprechend optimistisch. Unser wirtschaftlicher Erfolg wiegt umso schwerer, als wir nicht in dem Geschäft mit Einmalbeiträgen tätig sind.

infinma: Im Produktbereich ist die Risikoversicherung traditionell Ihr wichtigstes Produkt. Was zeichnet Sie als Anbieter bzw. Ihre Produkte hier im Vergleich zum Wettbewerb aus? Was macht Sie in diesem Segment für Makler besonders interessant?

Burchardi: Befragt nach dem wichtigsten Kriterium wird der Makler an erster Stelle immer das Preis-/Leistungsverhältnis nennen. Hier befinden wir uns in der Tat in einer Spitzenposition. Lassen Sie mich aber nicht nur auf den günstigen Preis, sondern vor allem auf das Leistungsspektrum unserer Risikolebensversicherung RISK-vario® verweisen. In puncto Variabilität dürften wir bei unserem Tarifangebot nicht zu schlagen sein. Ob gegen laufende Beitragszahlung oder Einmalbeitrag, ob für Raucher oder Nichtraucher, ob konstant oder altersabhängig kalkuliert – hier bieten wir schon einmal eine große „Vorauswahl“. Dazu kommen die verschiedensten Summenverläufe. Sie erlauben es dem Makler, den Versicherungsschutz genau auf den individuellen Bedarf seines Kunden auszurichten. Der Verlauf kann konstant, linear fallend, annuitätisch fallend (z.B. exakt an den Verlauf einer Baufinanzierung angepasst) oder völlig frei jedes Jahr neu gewählt werden. Dazu kommt die Absicherung eines Sparplans oder einer Zeitrente. Weiter bieten wir über Verbundene Leben die Möglichkeit an, mehrere Personen in einem Vertrag zu versichern. Dies ist wichtig für die gegenseitige Partnerabsicherung im privaten Bereich, aber auch als Keyman-Versicherung im geschäftlichen Bereich, z.B. bei Arztpraxen oder Anwaltskanzleien, wenn einer der Partner stirbt und die Hinterbliebenen ausgezahlt werden müssen. Als einziges Unternehmen am Markt bietet die Dialog die Verbundene Leben für bis zu neun Personen in einem Vertrag an. Das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis und das breite Spektrum unserer Risiko-Tarifreihe haben im Zusammenwirken mit unserem exzellenten Service dazu geführt, dass wir für den Makler die Nummer 1 in dieser Versicherungssparte sind. Bei den repräsentativen Befragungen, wie sie regelmäßig von AssCompact oder dem Experten-Netzwerk durchge-

führt werden, belegen wir seit Jahren unangefochten die Spitzenposition. In diesem Jahr haben wir zum zweiten Mal den AssCompact Biometrie Award in der Sparte Todesfallabsicherung gewonnen. Letztlich entscheidend ist die Abstimmung mit den Füßen: Unser Marktanteil in der Risikoversicherung ist trotz zunehmenden Wettbewerbs von 5,56 Prozent im Mai 2010 auf 5,98 Prozent im Mai 2011 gestiegen. In dem für uns entscheidenden Maklermarkt beträgt unser Anteil mittlerweile 22,9 Prozent. Ich meine, diese Zahlen sprechen für sich.

infinma: In der Berufsunfähigkeitsabsicherung hat die Dialog vor einiger Zeit die SBU-solution eingeführt. Erklären Sie doch bitte kurz, was das Besondere an dieser BU-Lösung ist und wie das Produkt funktioniert.

Burchardi: Berufsunfähigkeitsversicherungen sollten in jungen Jahren abgeschlossen werden. Junge Leute verfügen in aller Regel noch über keine größeren finanziellen Reserven, so dass sie beim plötzlichen Ausfall ihrer Arbeitskraft ohne Absicherung in eine existenzbedrohende Situation geraten. Vorteilhaft ist für junge Menschen, dass wegen des normalerweise einwandfreien Gesundheitszustands die Gesundheitsprüfung unproblematisch ist. Nun taucht für junge Versicherungsnehmer aber das Problem auf, dass BU-Versicherungen ihren Preis haben; daher wird oft auf einen Abschluss verzichtet oder als schlechter Kompromiss eine zu niedrige Rente vereinbart. Zur Lösung dieses Problems haben wir unseren Tarif SBU-solution® entwickelt. Er wird altersabhängig und damit immer risikoadäquat kalkuliert. Dadurch kommen Berufsanfänger, Existenzgründer und junge Familien zu einem – und das möchte ich betonen – vollwertigen BU-Schutz gegen Beiträge, die der Markt sonst nicht zu bieten hat. Betonen möchte ich auch, dass SBU-solution® kein Einsteigertarif mit abgespeckten Leistungen, Karenzzeiten oder dgl. ist, sondern eine BU-Absicherung auf 5-Sterne-Niveau, die von Anfang an bis zum Ende des Berufslebens Sicherheit gibt.

infinma: Wie wichtig ist in Ihrem Hause die SBU im Vergleich zu Ihrem Kernprodukt, der Risikoversicherung?

Burchardi: Die Risikolebensversicherung ist traditionell unser Kernprodukt und stellt nach wie vor unser Hauptgeschäftsfeld dar. Wir haben uns aber im Jahr 2003 als Spezialversicherer für biometrische Risiken neu positioniert, was natürlich die Absicherung der anderen biometrischen Risiken mit einschließt. So setzt sich unser Produktportfolio aus Risikolebensversicherungen, Berufsunfähigkeitsversicherungen und Erwerbsunfähigkeitsversicherungen zusammen. Die Bedeutung der Berufsunfähigkeitsversicherung hat in den letzten Jahren stark zugenommen, und hier sind wir als innovativer Produktentwickler und -anbieter an vorderster Front mit dabei. Mit der Einführung unseres neuen Tarifs SBU-solution® im Herbst 2009 hat unser BU-Geschäft insgesamt einen starken Schub erhalten. Gemessen am laufenden Beitrag betrug das Wachstum 2010 rd. 50 Prozent und setzt sich in ähnlicher Größenordnung 2011 fort.

infinma: Für Ihren Vertrieb bieten Sie zahlreiche Service-Leistungen, wie bspw. BU-Service-Call oder Anwaltshotline. Was können wir uns darunter vorstellen?

Burchardi: Wir versuchen, unseren Vertriebspartnern jede mögliche Unterstützung zu geben. In der Berufsunfähigkeitsversicherung erhält der Vertriebspartner unmittelbar nach Eingang eines Antrags einen telefonischen Rückruf mit einer Eingangsbestätigung und einer qualifizierten Ersteinschätzung. Gerade in der komplexen Materie der Berufsunfähigkeit bedeutet der Service-Call eine wichtige Hilfe für den Makler. Das von Ihnen angesprochene Stichwort „Anwaltshotline“ steht für eine kostenlose Rechtsberatung, die wir unseren Vertriebspartnern bieten. In allen Fragen zum Geschäftsbetrieb können sie bei Anwälten, die auf ausgewählte Fachgebiete spezialisiert sind, eine juristische Erstberatung per Telefon oder E-Mail einholen. Wir haben dazu eine Kooperationsvereinbarung mit der Deutschen Anwaltshotline geschlossen und übernehmen die anfallenden Kosten. Dieser besondere Service gilt für alle Vertriebspartner mit einer aktiven Geschäftsbeziehung und einer ungekündigten Vertriebsvereinbarung.

infinma: Sie führen in regelmäßigen Abständen sog. Produktinnovationskreise durch, in denen Sie interaktiv den Bedarf und die tatsächlichen Wünsche der Vermittler im Hinblick auf Produkte und Dienstleistungen erfragen. Wie kam es dazu? Welche Erfahrungen haben Sie mit dieser Form der Zusammenarbeit gemacht?

Burchardi: Für uns als reiner B2B-Versicherer ist der Makler unser ausschließlicher Partner. Unser Bestreben geht dahin, ihm aus dieser Zusammenarbeit den größtmöglichen Nutzen zu verschaffen. Da unsere Produkte nur über den Makler verkauft werden, ist es grundlegend wichtig, seinen Bedarf und seine Wünsche zu ermitteln. Aus diesem Grunde ist es bei uns von jeher ein Grundsatz, den Makler bei der Produktentwicklung zu beteiligen. Wir bilden dazu – in unterschiedlicher Zusammensetzung – Produktinnovationskreise, in die die Vertriebspartner ihr Know-how, ihren Bedarf und ihre Wünsche einbringen. So können wir davon ausgehen, dass das neue Produkt bei seiner Einführung marktgerecht und damit auch ein Erfolg wird. Unsere Erfahrungen aus dieser Form der Zusammenarbeit sind sehr positiv, und ich bin überzeugt, für unsere Vertriebspartner das Gleiche sagen zu können.

infinma: Was können wir in diesem und im nächsten Jahr auf der Produktseite der Dialog an Neuerungen und Innovationen erwarten? Wie sehen Sie bspw. das viel diskutierte Thema Pflege? Wie beurteilen Sie die regelmäßigen Vorstöße unterschiedlicher Interessensgruppen zum Thema Honorarberatung?

Burchardi: Neben der laufenden Überprüfung der bestehenden Tarife arbeiten wir derzeit an der Entwicklung eines Pflegeprodukts, das wir im Jahre 2012 auf den Markt bringen wollen. Das Thema Honorarberatung hat für uns insofern keine Relevanz, als wir mit unseren Vertriebspartnern auf der Basis von Provisionsmodellen (Abschlussprovision und laufende Courtage) zur beiderseitigen Zufriedenheit zusammenarbeiten. Natürlich wird dieses Thema immer wieder diskutiert. Wir glauben aber nicht, dass die Honorarberatung im Privatkundengeschäft eine nennenswerte Bedeutung im Markt erlangen wird – schon gar nicht für biometrische Produkte.