

Gut kalkulierte Prämien und verständliche Bedingungen

Risiko & Vorsorge im Gespräch mit **Thomas Rader**, Geschäftsführer von Konzept & Marketing, zum neuen Unfalltarif „allsafe bodyguard“



INTERVIEW

Es ist schön, dass Sie sich die Zeit für ein Interview nehmen konnten. Herr Rader, Konzept & Marketing hat 2016 mit allsafe fortuna eine der leistungsstärksten Entwicklungen im Bereich der privaten Haftpflichtversicherung an den Start gebracht und 2015 durch eine neuartige Funktionsinvaliditätsversicherung von sich reden gemacht. Seit Juni 2017 sind Sie mit einer neuen Unfallversicherung angetreten. Was ist das Besondere an diesem Tarif?

► Wir bieten allsafe bodyguard in zwei Tarifvarianten „fine“ und „prime“ an. Damit stehen hervorragende Absicherungen sowohl für den preisbewussten als auch den leistungsorientierten Kunden bereit. Für eine fairere risikogerechte Tarifierung sorgt ein auf vier Berufsgruppen ausdifferenziertes Berufsgruppensystem. Außerdem haben wir die „beitragsfreien Leistungen“ unabhängig von der Invaliditätsleistung kalkuliert. Im Ergebnis haben wir ein sauber tarifiertes Produkt mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis, dass allen Kundenbedürfnissen gerecht wird.

Zu Bodyguard erschien Ende Mai auf YouTube ein unterhaltsames Video (<https://www.youtube.com/watch?v=BhY4-qtbxQQ&feature=youtu.be>). Anders als bei dem vorhergehenden Video zu Ihrer Privathaftpflichtversicherung allsafe fortuna (<https://www.youtube.com/watch?v=cdT4JsUnZY8>) standen hier nicht marktüberdurchschnittliche Leistungsmerkmale im Fokus. Was unterscheidet die Zielgruppe von allsafe bodyguard von allsafe fortuna

und welche Highlights sind hervorzuheben?

► Marktüberdurchschnittliche Leistungsmerkmale bedingen, eine auskömmliche Risikokalkulation vorausgesetzt, überdurchschnittlich hohe Prämien. Aus unserer Erfahrung ist der Markt für diese Prämien nicht bereit. Daher haben wir uns für die für den Endkunden maßgeblichen Leistungsmerkmale wie z.B. den Mitwirkungsverzicht bis zu 100%, eine verbesserte Gliedertaxe sowie faire Progressionsverläufe und einen umfangreichen Unfallbegriff entschieden. Die Zielgruppe ist wie auch bei allsafe fortuna der Single wie auch die Familie mit Kindern. Dies erläutern wir anschaulich in unseren neuen Zielgruppenflyern.

Welche besonderen Herausforderungen gab es bei der Produktentwicklung?

► Die Konzept & Marketing GmbH steht seit Jahren für Kontinuität und Stabilität. Dies zeigt sich insbesondere an den langjährigen Partnerschaften mit unseren Risikoträgern. Wir bieten in jedem Fall unseren Partnern eine auskömmlich kalkulierte Prämie und genau da liegt die Herausforderung für uns. Nach unseren Berechnungen sind zahlreiche Tarife gemessen an deren Leistungsumfang nicht auskömmlich kalkuliert und/ oder es befinden sich versteckte Einschränkungen in den Versicherungsbedingungen, um das Schadenvolumen gering zu halten. Unseres Erachtens ist es uns gelungen ein auskömmliches Produkt mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis mit einem einfachen verständlichen Bedingungsnetzwerk zu konzipieren.

Können die gängigen Vergleichsrechner Ihr neuartiges Berufsgruppensystem korrekt darstellen?

► Dies war eine weitere Herausforderung für uns, da der eine oder andere Dienstleister immer noch auf ein bzw. sein System festgelegt ist. Hier wäre es wünschenswert, wenn die Markteilnehmer aufgrund der fortschreitenden Differenzierung in Zukunft flexibler werden. Im Fall von allsafe bodyguard haben wir die Berufsgruppensysteme der Vergleichsrechner mit unserem abgeglichen und eine Lösung gefunden, so dass die Prämienberechnungen bei den meisten Vergleichsrechnern möglich sind.

Ihr neues Bedingungsnetzwerk fällt unter anderem durch einen vom Üblichen abweichenden Aufbau, zahlreiche Klarstellungen und Beispiele auf. Dies erinnert deutlich an allsafe fortuna. Welchen Mehrwert bietet Ihres Erachtens eine solche Gestaltung der Verbraucherinformationen?

► Versicherungsbedingungen im herkömmlichen Sinne sind für den Kunden schwer lesbar. Selbst Vermittler haben zugegeben, dass die unzähligen Querverweise ein Nachvollziehen und Verstehen der Bedingungsnetzwerke nahezu unmöglich machen.

Daher haben wir es zu unserer Aufgabe gemacht, unsere Bedingungen durchgeschrieben, einfach, verständlich und lesbar zu gestalten, so dass diese wie ein Buch gelesen werden können. Zunächst haben wir Oberbegriffe für Schadenereignisse gewählt unter denen wir beschreiben, wann der Kunde versichert ist.

chert, eingeschränkt versichert und auch nicht versichert ist. Dies findet er jeweils in einem Paragraphen mit dem Vorteil, dass hier übliche Querverweise auf andere Textstellen entfallen.

Passende Beispiele erleichtern zudem das Verstehen, versicherungsrechtliche Fachbegriffe werden im anhängenden Definitionsteil erläutert und der einspaltige Aufbau ermöglicht das einfache Lesen am Bildschirm.

Querverweise sind mit den entsprechenden Textstellen verknüpft. Damit entfällt ein lästiges Scrollen bzw. hin-

und herblättern. Auch die Kurzleistungsübersicht zu Beginn der Verbraucherinformation sowie das Inhaltsverzeichnis weisen diese Verknüpfungen auf.

Mit allsafe fortuna und nun auch allsafe bodyguard haben wir ein innovatives Bedingungswerk mit „serienmäßigem Navigationssystem“ entwickelt.

Es lohnt sich und macht Spaß sich mit unseren Versicherungsbedingungen zu beschäftigen.

Und hier sehen wir auch den Vorteil für den Makler. Kunden werden ein Produkt eher kaufen, wenn sie es verstehen.

Was sollte man als Makler noch über Ihr Haus wissen?

► Neben unseren Produkten bieten wir dem Makler in der Zusammenarbeit viele Vorteile. Angefangen vom festen fachlich kompetenten Ansprechpartner mit Durchwahl, über den Fachfragenservice bieten wir als Verkaufsunterstützung individuelle Tarifvergleiche, Produktvideos, Webinare u.v.m. an.

Wir danken Ihnen für das informative Interview.

ALTE LEIPZIGER verkauft Rechtsschutzsparte an Itzehoer Versicherungen

Die ALTE LEIPZIGER Versicherung AG verkauft ihre Rechtsschutzsparte einschließlich ihrer Tochter RECHTSSCHUTZ UNION Schaden GmbH an die Itzehoer Versicherungen. Der Verkauf steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und des Bundeskartellamtes.

Vor dem Hintergrund des Bedingungs- und Preiswettbewerbs in der Sachversicherung und wachsender Investitionen in die Digitalisierung wird sich die ALTE LEIPZIGER Versicherung AG künftig stärker auf Kerngeschäftsfelder und Kernsparten fokussieren. Im Vordergrund werden dabei erweiterte Absicherungen im Bereich der mittelständischen Gewerbekunden stehen. Das Privatkunden-Angebot wird im Umfeld der Strategie „VerNetzt20.20“ weiterentwickelt.

Mit den Itzehoer Versicherungen wurden Garantien für den Standort München und den Erhalt der Arbeitsplätze vereinbart. Auch deren Rechtsform, wie bei den Muttergesellschaften des ALTE LEIPZIGER – HALLESCHE Konzerns der Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit, fiel bei der Entscheidung der ALTE LEIPZIGER ins Gewicht.

Die Rechtsschutzversicherungsverträge der Kunden mit der ALTE LEIPZIGER

bleiben unter den neuen Eigentumsverhältnissen unangetastet. Die Schadenregulierung und alle anderen Serviceleistungen für Kunden und Vermittler werden auch in Zukunft durch die bewährten Mitarbeiterteams durchgeführt.

Im Rahmen einer vertrieblichen Zusammenarbeit zwischen der ALTE LEIPZIGER und der Itzehoer Versicherung soll die erfolgreiche Zusammenarbeit in der Rechtsschutzsparte mit den angeschlossenen Vertriebspartnern auch unter dem neuen Eigentümer am Standort München fortgesetzt werden.

Bedeutung der Rechtsschutzsparte der ALTE LEIPZIGER

Auf die Rechtsschutzsparte der ALTE LEIPZIGER Versicherung AG wird im Geschäftsjahr 2017 mit etwa 330.000 Verträgen ein Umsatzanteil von ca. 67 Mio. Euro entfallen. Insgesamt sind in der Rechtsschutzsparte derzeit 87 Mitarbeiter am Standort München beschäftigt.

Quelle: gemeinsame Presseerklärung ALTE LEIPZIGER und Itzehoer Versicherung/Brandgilde 1691, 07.06.2017.

Mehr Infos:

· ALTE LEIPZIGER: Andreas Bernhardt, Tel.: 06171 / 66-2921, E-Mail: Presse@alte-leipzig.de

· Itzehoer Versicherung/Brandgilde 1691: Thiess Johannssen, Tel.: 04821 / 773-287, E-Mail: pressestelle@itzehoer.de



Mit Einführung der neuen Haftpflichtbedingungen zum Mai 2017 hat die VHV das Neugeschäft in der Jagdhaftpflichtversicherung eingestellt.

MaxPool hingegen bietet mit dem Risikoträger VPV die Möglichkeit an, die Privathaftpflichtversicherung max PHV premium unter anderem um eine Jagdhaftpflichtversicherung zu erweitern. Dieser Tarifzusatz ist allerdings nicht brauchbar, da u.a. nur die erlaubte jagdliche Betätigung versichert ist. Auch stellt sich die Frage, weshalb die GDV-Garantie zwar für die Privathaftpflicht, nicht jedoch für die Jagdhaftpflicht gelten soll.

Ebenso überraschend ist die Ausstattung der Produktlinie maxPHVplus mit einer Garantie hinsichtlich der Mindeststandards des Arbeitskreises Beratungsprozesse, während man eine solche Garantieerklärung im maxPHV premium vergebens sucht. Für Stirnrundeln sorgt im Tarif maxPHVplus, dass sich die enthaltene GDV- und Arbeitskreis-Garantie nicht auf diesen Tarif, sondern auf den Vorgängertarif „Variante Kompakt“ bezieht.