

DAS MAKLERMAGAZIN



DER DIGITALE QUALITÄTS- MAKLER

So gelingt die erfolg-
reiche Umstellung

AB SEITE 06

Das Vertriebsteam der
SDV AG stellt sich vor AB SEITE 18

Perfekt für
Ihre Firmen-
kunden

Für das **beste** **Team** der Welt.

Die betriebliche Vorsorge der Allianz: das Plus an Wertschätzung.

Unternehmen wollen ihren Mitarbeitenden etwas zurückgeben: für die Gesundheit jetzt, für den sorgenfreien Ruhestand später und für das gute Gefühl von Sicherheit. Machen Sie den Unterschied – für Ihre Firmenkunden und deren Belegschaft.

→ Mehr bei Ihrer Maklerbetreuung oder unter makler.allianz.de/bestesteam



INHALT

SDV INTERN

04

JOURNAL News und Termine

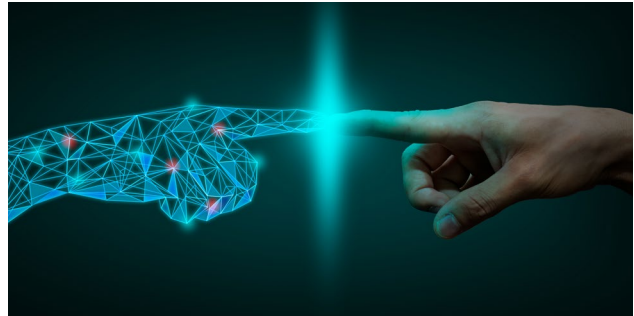
14

ERFAHRUNGSBERICHT
ZUM LAUNCH:
MYINSURE OFFICE 2.0

Im Interview: Stefan Röltgen

18

DAS VERTRIEBSTEAM DER
SDV AG STELLT SICH VOR



06

DER DIGITALE QUALITÄTSMAKLER

So gelingt die erfolgreiche Umstellung

Im Interview zu myInsure Leads: Tobias Masuch
inkl. BERATUNGSLEITFADEN

RECHT UND HAFTUNG

26

KANZLEI MICHAELIS

Geringere Versicherungssumme auf
Kundenwunsch oder um Prämie zu sparen?

VERSICHERUNGEN

28

BALOISE

Baloise Best Invest – Vorsprung durch Performance

30

SWISS LIFE

Swiss Life Branchenlösungen – Arbeitskraftabsicherung
mit Mehrwert

33

ERGO GROUP AG / DKV

Zielgruppe Kinder: Gesetzlich versichert, aber Privatpatient
beim Arzt, Zahnarzt und im Krankenhaus.

35

IMPRESSUM

34

AXA

Out now: Die neue Fondsrente von AXA!

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das erste Quartal des neuen Jahres liegt bereits hinter uns, und ich hoffe, die ersten Monate waren auch für Euch persönlich sowie beruflich erfolgreich.

Die **SDV Roadshow im Mai und im Juni** ist die perfekte Möglichkeit, sich wieder einmal persönlich zu sehen und auszutauschen. Unter dem Motto „Das Maklerunternehmen der Zukunft“ laden wir Euch herzlich ein, gemeinsam mit uns einen Blick in die Zukunft der Versicherungsbranche zu werfen. Interaktive Workshops und Diskussionen, Live-Präsentationen unserer Experten, Networking mit Branchenkollegen und führenden Versicherungsunternehmen sowie Einblicke in zukunftsweisende Strategien und Produkte bilden das Rahmenprogramm der Veranstaltungsreihe. Zur Anmeldung kommt Ihr ganz einfach über unsere Website oder Ihr scannt den QR-Code auf Seite 05 und sichert Euch direkt einen Platz auf dieser innovativen Reise durch die Versicherungsbranche von morgen.

Mit vor Ort ist **das Vertriebsteam** von Bereichsleiter Vertrieb (Fläche) Tobias Masuch. Da das Team neu aufgestellt wurde, stellen wir Euch hier im Magazin auf den Seiten 18 bis 25 die einzelnen Mitarbeiter in Form von Steckbriefen vor. Vielleicht kennt Ihr den einen oder anderen ja bereits.

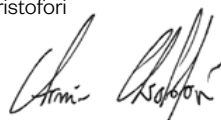
Das Thema „Zukunft“ möchten wir auch in diesem Magazin aufgreifen. Die digitale Welt ist nach wie vor im Wandel. Dieser Wandel erfordert Mut zur Veränderung und die Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Da es aber mittlerweile ein Überangebot an digitalen Dienstleistern zu geben scheint und jeder die besten Tipps und Tools hat, ist die Informationsbeschaffung für manchen unter uns gar nicht so einfach. In dieser Ausgabe möchten wir Euch aufzeigen, worauf es bei der **digitalen Aufstellung Eures Unternehmens** ankommt und wie Euch die SDV AG dabei bestmöglich unterstützen kann. Den vollständigen Artikel findet Ihr ab Seite 06.

Eines unserer aktuellsten digitalen Tools ist **myinsure Office 2.0** (kurz MIO 2.0). Die neuen Highlights haben wir Euch bereits in der Februarausgabe vorgestellt. Seither ist etwas Zeit vergangen, und uns haben die ersten Feedbacks erreicht. Auf den Seiten 14 bis 16 bekommt Ihr exklusive Einblicke in die Resonanz von Stefan Röltgen, Bereichsleiter Inhouse-Vertrieb. Bei einer Tatsache sind wir uns allerdings schon jetzt sicher – MIO 2.0 ist die Zukunft der Maklerverwaltung.

In diesem Sinne wünschen wir Euch viel Spaß beim Lesen der neuen Ausgabe.

Herzlichst,

Euer Armin Christofori

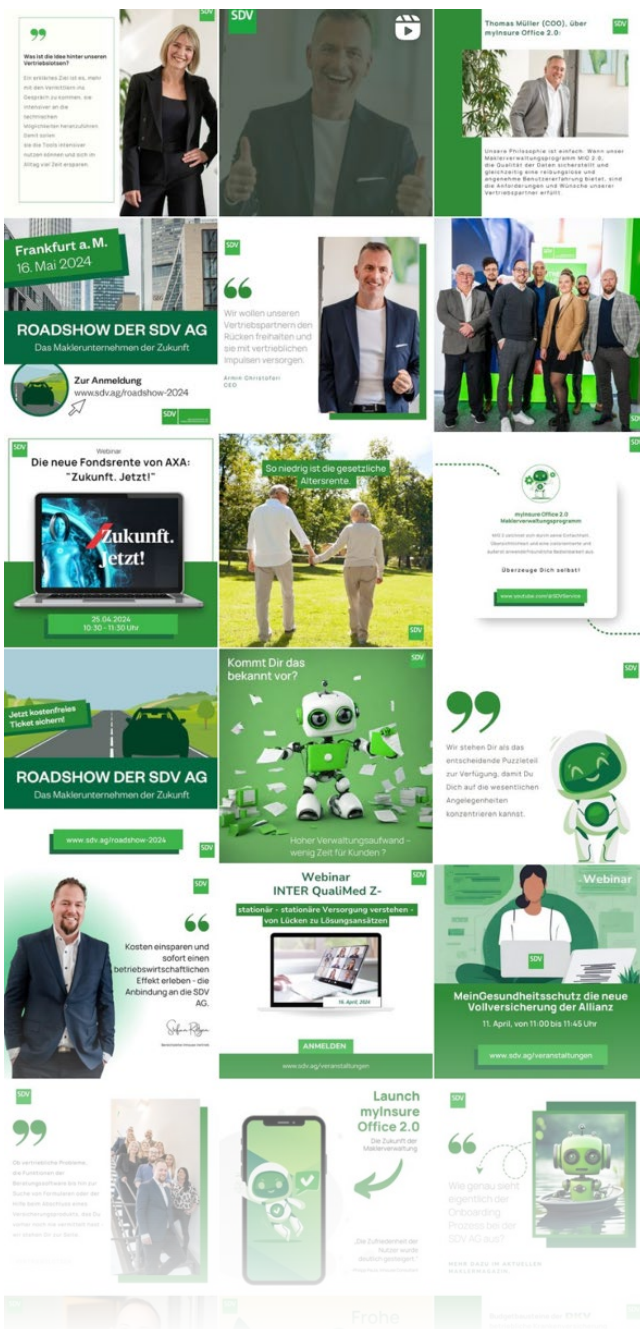





News und Termine

Folgt uns auf Instagram!

Kennst Du bereits unseren Instagram-Account? Nach dem Maklermagazin haben auch unsere Social-Media-Beiträge einen neuen Look erhalten. Mit frischem Design und spannenden Inhalten möchten wir Dich inspirieren und unterhalten. **Folge uns jetzt für tägliche Updates und exklusive Einblicke hinter die Kulissen!**



Roadshow der SDV AG 2024



Unsere Themen:

Mal angenommen wir haben 2030

Liegt die Zukunft des Vertriebs in Maklerhand?

IDD von Morgen

Welche Richtlinien sind geplant und was sind die Folgen?

Kundenorientierte Technologielösungen

Auf diese Stellschrauben kommt es heute und morgen an

Zentralisierung Deines Bestands

Was Du heute kannst besorgen, das verschiebe nicht auf morgen

Next-Gen-Versicherungsprodukte

Ein Vortrag der Versicherungsgesellschaft

Nachwuchsproblem in der Branche

Diese Auswirkungen erwarten Dich

Maklerbestand in neuer Hand

Darauf kommt es an

Was ist, wenn es zu spät ist?

Die Erben eines Maklers

Die Termine 2024:

Frankfurt a. M.	16. Mai 2024
Hannover	4. Juni 2024
Bremen	6. Juni 2024
Dresden	14. Juni 2024
Augsburg	18. + 20. Juni 2024
Köln	20. Juni 2024
Berlin	8. November 2024

jeweils 10.00 bis 15.00 Uhr

(Empfang + Mittagessen + Speaker)



Zur Anmeldung

www.sdv.ag/roadshow-2024

A hand is shown from the wrist up, palm facing forward. The hand is rendered in a light blue, almost white, color. In the center of the palm, there is a glowing blue digital network structure. This structure consists of numerous thin, interconnected lines forming a complex, web-like pattern. From the center of this network, a vertical stream of light blue particles or data points flows downwards, extending beyond the bottom of the frame. The background is a dark, solid color, possibly black or dark blue, which makes the glowing elements stand out prominently.

So gelingt die erfolgreiche Umstellung

DER DIGITALE QUÄLITÄTS- MAKLER

Wie die SDV AG ihre Partner in diesem
Bereich unterstützt.



Wer den Anschluss an die Mitbewerber nicht verlieren möchte, muss heutzutage mit dem technischen Fortschritt gehen. Durch wachsende Belastungen im Job, immer wieder neue Gesetze und Vorschriften, das höchste Niveau in Sachen Datensicherheit – und dazu auch noch geänderte Ansprüche von Kundinnen und Kunden – gestaltet sich der Arbeitsalltag eines Maklers nicht gerade stressfrei.

Verständlich, dass es hier schwerfällt, die notwendige Zeit und Energie für die Umsetzung digitaler Maßnahmen im eigenen Unternehmen aufzuwenden. Die Transformation zum digitalen Qualitätsmakler ist ohne professionelle Unterstützung für viele nur schwer zu stemmen.

Warum ist das so?

Das Angebot an digitalen Tools ist mittlerweile riesig groß – das Budget und die verbleibenden Ressourcen der Makler alderdings oftmals nicht.

Dabei ist es essenziell, dass nicht nur einzelne digitale Werkzeuge zum Einsatz kommen, sondern der komplette Weg vom Kunden bis hin zum Versicherer digitalisiert wird. Nur so profitiert der Makler von der maximalen Effizienz und letztlich von zufriedeneren Kunden sowie steigenden Erträgen. Schließlich können dank automatisierter interner Prozesse Makler ihren Fokus auf das Kerngeschäft – die Betreuung ihrer Kunden – legen und diesen ein zeitgemäßes Serviceerlebnis bieten. Denn gerade die Kunden schätzen den persönlichen Kontakt zu ihrem Makler!

Welche Chancen ergeben sich für Makler durch die ganzheitliche Digitalisierung des Maklerunternehmens?

Betrachten wir zunächst das Maklerunternehmen selbst und die damit verbundenen administrativen Prozesse. Durch den Einsatz der richtigen Tools kann der Makler seinen Verwaltungsaufwand stark reduzieren und den Arbeitsalltag enorm erleichtern. Unter anderem helfen sie bei der Datenaufbereitung, d.h. der Verwaltung, Pflege und Aufbereitung von Kundendaten. Das schont die Ressourcen, wertet die Bestände auf, steigert die Effizienz und unterstützt langfristig das Wachstum des Unternehmens.

Auf Knopfdruck können individuelle Angebote erstellt oder Analysen durchgeführt werden, um die Akquise-Chancen auszubauen und mögliche Verkaufspotenziale zu erkennen. Automatisierte Erinnerungen an Termine und Fristen, verbesserte Handlungsfähigkeit bei Schadensmeldungen und allen voran ein papierloses Büro sind nur einige Vorteile, die sich aus der Nutzung digitaler Tools ableiten.

Wie unterstützt die SDV AG ihre Partner in diesem Bereich?

Die SDV AG bietet ihren Partnern eine Auswahl an eigenen, aber auch fremden Softwarelösungen. Für Makler ist das ein echter Mehrwert – so entfallen nicht nur potenzielle Lizenzkosten, sondern auch der Zeitaufwand mit der Auswahl des besten Tools.

Beispielsweise **die neue Maklerverwaltung der SDV AG: „myInsure Office 2.0“** (kurz MIO 2.0) – die erste große Evolutionsstufe des Vorgängers „myInsure Office“. Ein innovatives Maklerverwaltungsprogramm, das eine Vielzahl an Vorteilen mit sich bringt, darunter Benutzerfreundlichkeit, effizientes Dokumentenmanagement, verbesserte Kommunikation mit den Versicherern und die Verwaltung von Geschäftsvorfällen sowie die selbst gesteuerte Kunden- und Vertragsanlage. Erst in der Februarausgabe wurden einige Highlights des Programms vorgestellt.

>>>

Solltest Du die Vorstellung der Highlights von MIO 2.0 verpasst haben, findest Du hier die Online-Ausgabe mit Artikel und Interview zum Thema:



„Der Vorgänger war schon ein echter Hit. Der entscheidende Unterschied liegt darin, dass wir die Benutzerfreundlichkeit auf ein ganz neues Level gehoben haben. Wir haben zahlreiche nützliche Funktionen hinzugefügt, von denen wir überzeugt sind. Darüber hinaus haben wir eng mit unseren Kooperationspartnern zusammengearbeitet, um diese neue Version noch weiter zu verbessern“, so Philipp Paula, Inhouse Consultant und Projektleiter von myInsure Office 2.0. Ab Seite 14 findest Du einen ersten Erfahrungsbericht von Stefan Röltgen zum Launch der neuen Maklerverwaltung der SDV AG.

Mit der eigens entwickelten **myInsure Kunden-App** gibt die SDV AG ihren Partnern ein weiteres hilfreiches Tool an die Hand, mit dem Kunden die Möglichkeit haben, ihre Daten zu pflegen, Schäden einzureichen und immer einen aktuellen Stand über ihren Status quo einsehen zu können. Durch die stetige Anpassung an die Bedürfnisse der Kunden lässt die App keine Wünsche offen. Auch bei der Kunden-App dürfen sich Nutzer in naher Zukunft auf einen umfassenden Relaunch freuen.

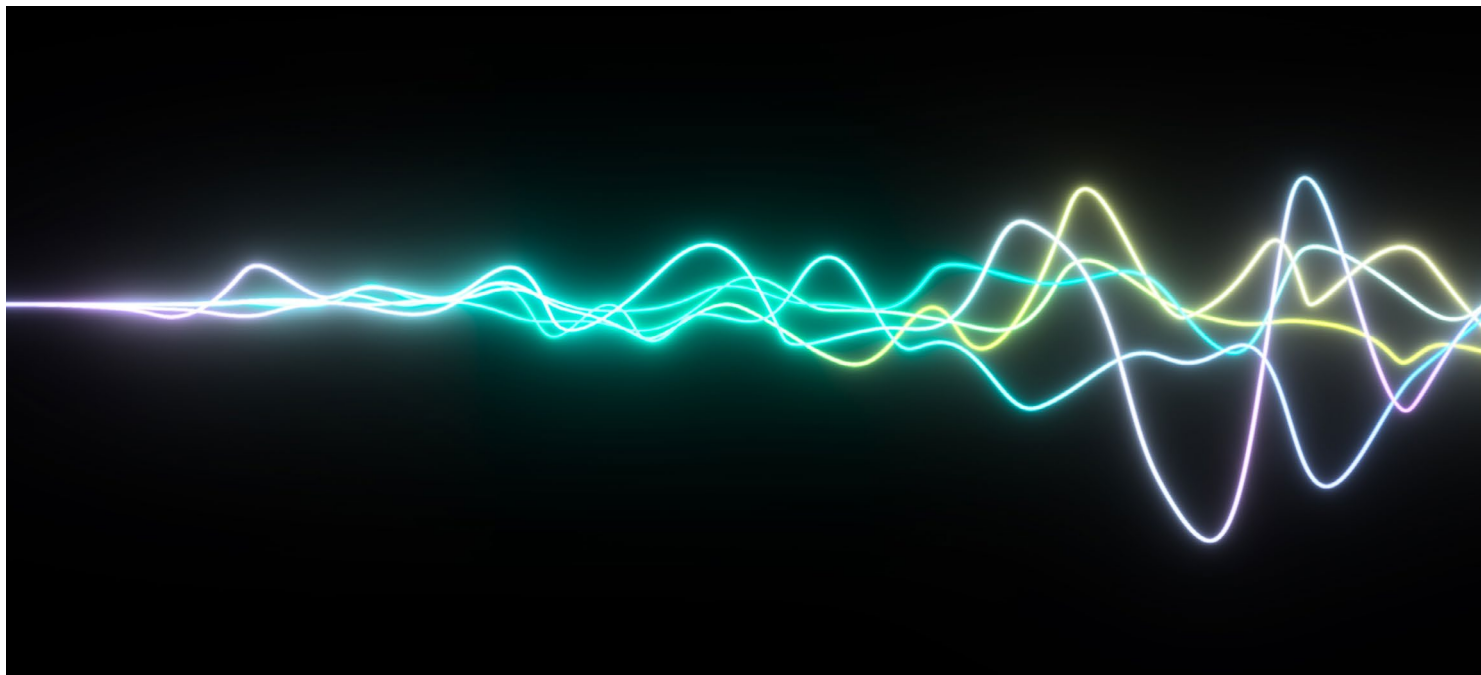
Durch den **myInsure Online-Marketing-Service** bekommen Partner der SDV AG außerdem Unterstützung im Bereich Social Media. Denn für Makler ist es heutzutage essenziell, online auffindbar zu sein. Mit individuellen Kampagnen und einem exklusiven digitalen Kundenmagazin haben Kooperationspartner auch online die Möglichkeit, sich als Fachexperten zu positionieren, um so mehr Aufmerksamkeit von (potenziellen) Kunden zu erhalten, bestehende Kunden zu binden und letztlich wertvolle neue Leads zu generieren.

Für Letzteres hat die SDV AG mit **myInsure Leads** eine ganz eigene Lösung geschaffen – eine Leadplattform, die Maklern perfekte Unterstützung in Sachen Leadgenerierung bietet. „Wir wissen, dass der Digitalisierungsgrad ein entscheidendes Kriterium bei der Poolwahl ist“, sagt SDV Bereichsleiter Vertrieb (Fläche) Tobias Masuch. „Deswegen erweitern wir unsere digitalen Dienstleistungen permanent. Insbesondere in der Anfangsphase, beim Start eines eigenen Büros, ermöglichen Leads es Vermittlern, Zeit und

Ressourcen zu sparen, die sie sonst für die Akquise von Kunden aufwenden müssten“, so Tobias Masuch. „So können sie sofort in die Verkaufsaktivitäten einsteigen und ihr Geschäft schneller ausbauen.“ (Mehr dazu im Interview von Tobias Masuch ab Seite 10.)

Sind die Kontakte erst einmal geknüpft und der Kontakt zu den Kunden aufgebaut, ist der nächste Schritt der Wertschöpfungskette der digitale Verkauf – also der Weg von der Beratung über die Tarifierung bis zum Abschluss. Der digitale Beratungsprozess gehört heutzutage schon mehr oder weniger zum Standard. Er gewährleistet eine gewisse Flexibilität sowohl für den Makler als auch den Kunden. Eine digitale Vergleichsstrecke inklusive eines digitalen Abschlusses mindert den Papieraufwand sowie aufwendige und fehleranfällige Mehrfacherfassungen von Daten.

An diesem Punkt setzt **myInsure Remote** an. Die Remote-Beratung per Video bildet eine einfache und flexible Alternative zur physischen Anwesenheit beim Gespräch.



Sie enthält verschiedene Beratungs- und Abschlussstrecken zu den gängigsten Themenbereichen, inklusive rechtssicherer digitaler Unterschrift. Unterstützend stehen die verschiedenen Online-Vergleichsrechner zur Erstellung des bestmöglichen Angebots zur Verfügung.

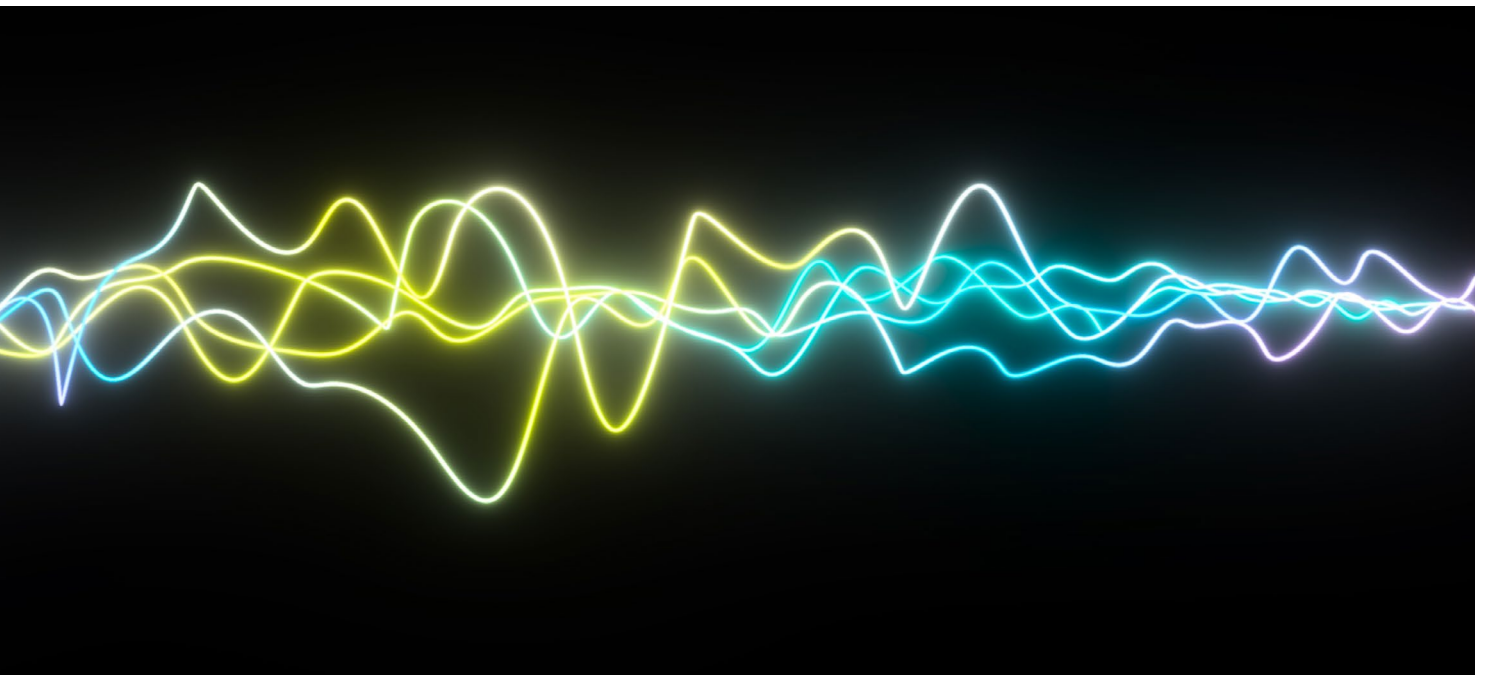
Wer hierbei Hilfe benötigt, kann zusätzlich auf einen ganz besonderen Service der SDV AG zurückgreifen – **die Vertriebslotsen vom Inhouse-Maklervertrieb**. „Wir haben mittlerweile immens viel Erfahrung darin, welche Prozesse von Versicherungsmaklern genutzt werden und zum unternehmerischen Erfolg führen, ohne die eigene Beratungsidee zu verwässern. Dazu gehört eben der Versicherungskunde. Durch unsere Unterstützung hat der Vermittler messbar mehr Zeit, um das zu tun, was er kann und worin er erfolgreich ist: die Kundenberatung“, so Stefan Röltgen, Bereichsleiter Inhouse-Vertrieb. „Vermittler sind meist bereits mit einer Aufstellung an Tools unterwegs – Maklerverwaltungsprogramm, Vergleichssoftware, elektronische Unterschrift, Videoberatungstools und Ähnliches.

Dafür werden Lizenzgebühren fällig, die je nach bisheriger Lizenznahme ziemlich hoch sind. Mit einer Anbindung an die SDV AG kann ein Vermittler diese Kosten einsparen und erlebt oft sofort einen betriebswirtschaftlichen Effekt. Aber auch andere Tools, wie zum Beispiel die Gewerbeplattform Thinksurance, liefern oft viel mehr Anwendungsmöglichkeiten, als der Vermittler bisher nutzt. Die Vertriebslotsen kennen sich in den einzelnen Programmen sehr gut aus und können Tipps und Tricks verraten, die eine enorme Arbeitserleichterung darstellen“, fährt Röltgen fort.

„Auch in Sachen Vergleichsrechner ist die SDV AG ganz vorn mit dabei. Erst im Oktober 2023 wurde gemeinsam mit der Smart InsurTech AG mit ‚**Smart Consult**‘ die neue Vergleichsrechner-Generation ins Leben gerufen. Einfachheit, Geschwindigkeit, 100-prozentige Zuverlässigkeit – das sind unsere Kernanforderungen an einen Vergleichsrechner. Vermittler brauchen schnelle, vor allem aber zuverlässige Ergebnisse und Beratungsmöglichkeiten, um ihre Man-

danten haftungssicher und vollumfänglich beraten zu können. In unseren neuen Vergleichsrechner fließen mehr als 15 Jahre Erfahrung aus Beratung und Servicedienstleistung ein – das merkt man sehr schnell sehr deutlich, wenn man in die Beratungsstrecke einsteigt“, schildert Stefan Röltgen. Damit baut die SDV AG ihr bereits sehr umfangreiches Softwarepaket, das Partner automatisch durch eine Kooperation erhalten, um einen großen Schritt aus.

Die SDV AG liefert mit den myInsure Bausteinen und zusätzlichen Tools also nicht nur eine ganzheitliche Digitalisierungsstrategie für Vermittler, sondern berücksichtigt dabei auch die individuelle Aufstellung der einzelnen Partner. Durch den umfassenden Service sind Kooperationspartner der SDV AG perfekt digital aufgestellt, wodurch sich Kosten einsparen lassen und die Effizienz deutlich gesteigert wird. „Einen solchen Service erhalten Makler in diesem Umfang nur bei der SDV AG. Man könnte sagen, wir sind die All-in-one-Lösung für den Makler“, so Tobias Masuch.



INTERVIEW

Wie Vermittler neue Kunden über Leads gewinnen

„Wir garantieren, dass jeder Kontakt nur einmal verkauft wird.“



Tobias Masuch
Bereichsleiter Vertrieb

www.sdv.ag

Der Kauf von Leads kann eine Möglichkeit sein, sich als Versicherungsvermittler einen Kundenstamm aufzubauen. Wie das über die SDV AG funktioniert und welche Unterstützung die SDV Vertriebsexperten liefern, erzählt Tobias Masuch, Bereichsleiter Vertrieb (Fläche).

Warum sind Leads für viele Vermittler, insbesondere beim Start des eigenen Büros, eine unschätzbare Unterstützung?

Tobias Masuch: Leads sind für Vermittler beim Start ihres eigenen Büros äußerst wertvoll, da sie eine schnelle Möglichkeit bieten, potenzielle Kunden zu erreichen. Insbesondere in der Anfangsphase ermöglichen Leads Vermittlern Zeit und Ressourcen zu sparen, die sie sonst für die Akquise von Kunden aufwenden müssten. Durch den Zugang zu einer kontinuierlichen Quelle von potenziellen Kunden kann der Makler seine Verkaufstätigkeiten sofort beginnen und sein Geschäft schneller ausbauen. Er kann sich also voll und ganz auf das Wachstum des Unternehmens konzentrieren, ohne sich um die zeitaufwendige und kostspielige Kundenakquise kümmern zu müssen.

Wie können die Qualitätsmakler der SDV AG diesen Service nutzen?

Tobias Masuch: Über unser Portal können sich Kooperationspartner ganz einfach für myInsure Leads anmelden. Das ist unser Ser-

vice in Sachen Leadgenerierung. Dabei können sie zwischen zwei Optionen wählen: der Home-Variante und der Pro-Variante. Sobald die Anmeldung abgeschlossen ist, erhalten Vermittler umgehend eine E-Mail und können sofort mit der Bearbeitung der Leads beginnen, eben Leads auf Knopfdruck. Selbstverständlich können sich unsere Partner dabei jederzeit an uns wenden, um ihnen bei der Auswahl der richtigen Option für ihre Bedürfnisse zu helfen.

Was steckt hinter der Leadgenerierung?

Tobias Masuch: Unsere Leadgenerierung basiert auf einem hoch entwickelten System, das Leads durch Google generiert. Die potenziellen Kunden gelangen über eine Suchanfrage auf einen kostenfreien Versicherungsvergleich. Dort füllen sie ein Formular aus, das auf präzisen Abfragen beruht, die den spezifischen Anforderungen potenzieller Kunden entsprechen. Somit ist die Qualität unserer Leads wirklich außergewöhnlich hoch. Hier mal ein kleines Beispiel: Angenommen, ein potenzieller Interessent in Bayern sucht nach einer Wohngebäudeversicherung mit Elementarschutz – in diesem Fall wird dem Vermittler die Leadanfrage angeboten und er kann entscheiden, ob er dieses Lead kaufen möchte. Jetzt liegt es an ihm, den potenziellen Kunden zu kontaktieren und eine maßgeschneiderte Lösung anzubieten, die die Bedürfnisse des Kunden erfüllt.

Wird ein Lead garantiert nur einmal verkauft?

Tobias Masuch: Ja, wir garantieren, dass jeder Kontakt nur einmal verkauft wird. Nach dem Kauf wird das Lead im System deaktiviert. Es besteht jedoch die Möglichkeit, dass der potenzielle Interessent bereits von einem anderen Vermittler kontaktiert wurde, insbesondere, wenn er Anfragen bei mehreren Vergleichsanbietern gestellt hat. Dennoch werden die Leads werktags nahezu in Echtzeit verschickt, was bedeutet, dass die Chancen sehr hoch sind, dass der Vermittler den Kunden auch vor anderen erreicht.

Was kostet das Ganze?

Tobias Masuch: Unsere Leads werden zu Festpreisen angeboten. Ein Bieterverfahren tritt nur dann in Kraft, wenn ein Lead nicht verkauft wird. Die Preise variieren je nach Versicherungssparte, Vertragsvariante und der Entscheidung, ob mit oder ohne Reklamationsmöglichkeit. Zum Beispiel kostet ein lokales Lead zur Berufsunfähigkeitsversicherung in der Home-Variante derzeit 39 Euro

ohne Reklamations- und 72 Euro mit Reklamationsmöglichkeit. In der Pro-Variante bieten wir bundesweite Leads zur Berufsunfähigkeitsversicherung für 37 Euro ohne Reklamation und für 70 Euro mit Reklamation an. Ein Lead zur Kfz-Versicherung ist in der Pro-Variante bereits ab 5 Euro ohne Reklamation erhältlich.

Mit welcher Abschlussquote können Vermittler bei den Leads rechnen?

Tobias Masuch: Unserer Erfahrung nach werden mit etwa 40 bis 55 von 100 Leads Termine vereinbart oder es findet ein informatives Telefonat statt. Von diesen 100 Leads können etwa 15 bis 22, abhängig von der Beratungssituation, zu einem erfolgreichen Abschluss führen.

Können Leads reklamiert werden?

Tobias Masuch: Wie bereits erwähnt, haben Vermittler in unserem myInsure-Leads-System die Wahl zwischen zwei Vertragsvarianten, die sich hinsichtlich der Reklamationsmöglichkeiten unterscheiden. Bei

der Variante ohne Reklamation sind die Preise bereits entsprechend angepasst, um eine potenzielle Reklamation zu berücksichtigen. Dadurch sind diese Leads kostengünstiger, und Vermittler müssen im Falle eines fehlerhaften Leads keinen komplexen Reklamationsprozess durchlaufen, sondern können ihn einfach löschen. Im Gegensatz dazu gelten bei der Variante mit Reklamation spezifische Bedingungen, die bei einer Reklamation beachtet werden müssen.

Welche Unterstützung bietet die SDV AG ihren Partnern bei der Bearbeitung der Leads?

Tobias Masuch: Wir bieten unseren Partnern umfassende Vertriebsunterstützung, insbesondere für diejenigen, die sich unsicher im Umgang mit Leads fühlen. Durch einen strukturierten Ablauf und gezielte Anleitung helfen wir jedem Partner dabei, schnell Routinen zu entwickeln und erfolgreich im Umgang mit Leads zu werden.

>>>



BERATUNGSLEITFADEN

So geht's: Der richtige Umgang mit Deinem Lead

Nicht jedes Lead wird zu einem Kunden. Tatsächlich werden vermutlich 80 bis 90 Prozent nicht erfolgreich sein. Dennoch können über Leads Abschlüsse generiert werden, wenn Du das Thema strukturiert angehst. Die SDV AG unterstützt ihre Kooperationspartner dabei.

Beim Umgang mit Leads kommt es vor allem auf die Einstellung an. Denn Leadgeschäft ist ein Geschäft mit großen Zahlen. Daher kann sich der Vermittler vom Gedanken an eine 100-prozentige Abschlussquote verabschieden. Denn tatsächlich sind bei 100 Leads 10 eine akzeptable Quote, 12 Prozent eine gute und 17 Prozent eine sehr gute.

Wäre das Leadgeschäft ein Wunschkonzert, sähe das optimale Lead so aus: Der Kontakt zum Interessenten kommt in Echtzeit; er ist ein Schnäppchen und bereits beim ersten Anruf ist der Interessent zu erreichen. Dabei ist er jung, kerngesund und gut verdienend. Zudem hat er quasi nur auf den Anruf gewartet und vertraut dem Vermittler sofort. Bereits beim Telefonat ist klar, dass er unbedingt den Vertrag abschließen möchte.

Wunsch und Realität bei Leads

Die Realität sieht jedoch ein wenig anders aus. Der Interessent informiert sich vermutlich zunächst im Internet und will noch gar nicht gleich abschließen. Allerdings hat er bereits einen wichtigen Schritt getan und seinen richtigen Namen sowie die richtigen Kontaktdaten bei der Anforderung des Versicherungsvergleichs hinterlegt.

Dieser Vertrauensvorschuss will nun gut genutzt werden. Denn bei der Kontaktaufnahme ist der Interessent vermutlich zurückhaltend. Gründe dafür könnten sein, dass er befürchtet, nicht an einen seriösen Berater gelangt zu sein, oder dass die Versicherung zu teuer sein oder seine Daten missbraucht werden könnten.

Mit diesem Wissen im Hinterkopf heißt es für Vermittler, mit ihrer eigenen Persönlichkeit, ihrer Beratungskompetenz und Seriosität zu überzeugen. Trotz aller Professionalität wird das bei vielen Leads nicht ausreichen. Darum unterstützt die SDV AG ihre Kooperationspartner mit einem Ablauf für das Leadgeschäft:



So gelingt das Leadgeschäft:

- 1. Digitale Unterstützung**
(Leadportal, Vergleichsrechner, Videoberatungsprogramm)
- 2. Telefonische Kontaktaufnahme**
(Anrufschema ausarbeiten)
3. Wird der Kunde erreicht, den **Hintergrund seiner Anfrage ermitteln**
4. Anschließend den Kunden in seiner **persönlichen Situation** qualifizieren
- 5. Der Beratungsprozess**
- 6. Die Angebotsauswahl** präsentieren
- 7. Folgetermin** vereinbaren und wahrnehmen
- 8. Offene Fragen klären**
- 9. Abschluss**
- 10. Cross-Selling**

Wie genau die einzelnen Punkte umgesetzt werden können, dazu schult das Vertriebsteam der SDV AG ihre Kooperationspartner regelmäßig in Online-Schulungen oder persönlich.

Zu den aktuellen Veranstaltungen:
www.sdv.ag/events



Immer. Individuell.

Vollumfängliche Arbeitskraftabsicherung auch für körperlich Berufstätige.



**Schutz von Kopf bis Fuß.
Einzigartig neu kombiniert!**

Continentale EinkommensvorsorgeConcept

Das EinkommensvorsorgeConcept ist die ideale Kombination aus Erwerbsunfähigkeits- und Berufsunfähigkeitsschutz. Echte Arbeitskraftabsicherung für fast jeden Beruf und zu einem fairen Preis. Passend für alle körperlich Berufstätigen, denen eine nur auf Grundfähigkeiten beschränkte Absicherung nicht genug ist.

- **Erstklassige und vollumfängliche Arbeitskraftabsicherung** – mit kompakten Gesundheitsfragen.
- **Voll abgesichert bei Erwerbsunfähigkeit** – hervorragender Schutz für den Worst-Case, bis zu 4.000 Euro monatlich.
- **Vorab-Schutz bereits bei Berufsunfähigkeit** – wählbar von 25 % bis 50 % der EU-Rente, bis zu 1.000 Euro monatlich.
- **Beitragsbefreiung im Leistungsfall** – bereits bei Berufsunfähigkeit.
- **Faires Preis-Leistungs-Verhältnis** – und immer bis Alter 67 versicherbar.
- **Individuelle Upgrade-Möglichkeiten** – Karriere-Paket, Pflege-Paket und Zusatzoptionen.
- **PremiumService** – bei Antragstellung und im Leistungsfall.



Ihr Ansprechpartner:

Heiko Bessey
07123 3078611
heiko.bessey@continentale.de
makler.continentale.de/einkommensvorsorge-concept

Vertrauen, das bleibt.

**Die
Continentale**

INTERVIEW

Erfahrungsbericht zum Launch: myInsure Office 2.0

„Wer MIO für sich entdeckt,
wird immense Vorteile daraus ziehen.“



Stefan Röltgen

Bereichsleiter
Inhouse-Vertrieb

www.sdv.ag

In der Februarausgabe wurde bereits der große Launch der Plattform myInsure Office 2.0 vorgestellt. Was sind Deine Eindrücke – wie nehmen die Partner der SDV AG MIO 2.0 an?

Stefan Röltgen: Zunächst einmal: Was nach außen wie eine einfache „Veränderung“ wirkt, war tatsächlich eine echte Neuaufstellung, ein Technologiewechsel, mit dem auch die Weichen für Weiterentwicklungen gestellt wurden. Darum waren wir natürlich selbst gespannt, wie unsere Partner MIO 2.0 wahrnehmen würden.

Und? Das klingt ja nicht nach einem Thema, das wenig Raum einnimmt ...

Stefan Röltgen: Wir werten seit Tag eins die Nutzerzahlen aus und können sagen: MIO 2.0 ist angekommen. Unsere Partner bewegen sich intensiv auf der Plattform und nutzen, was wir zur Verfügung stellen. Das war in meiner Wahrnehmung so ein bisschen der sensibelste Punkt: Neue Tools und Programme werden gern mal angeschaut, um dann letztlich „in der Ecke“ zu landen, weil doch wieder auf Altbewährtes zurückgegriffen wird. MIO 2.0 wird genutzt – und damit zum wichtigen Teil der täglichen Arbeit.

Dabei „dient“ es dem Nutzer, statt ihm ständige neue Herausforderungen und Aufgaben zu stellen. Aber dazu gleich sicher noch mehr.

Wie habt Ihr Partner in der Umstellungszeit unterstützt?

Stefan Röltgen: Richtigerweise muss es heißen: Wie unterstützt ihr unsere Partner derzeit? Dieser Technologiewechsel ist noch nicht abgeschlossen. Alte Systeme sind nach wie vor online und werden genutzt – auch das werten wir aus und wissen darum, dass das Nutzungsverhalten alter Tools nach unten geht, während wir viel, viel mehr Geschäftsvorfälle auf der neuen Plattform sehen.

Das geht tatsächlich nur, weil wir in sehr aufwendiger „Stückarbeit“ ins direkte Gespräch mit unseren Partnern gehen. So einfach und intuitiv MIO auch sein mag – wie zu jedem digitalen Tool gibt es auch hier Fragen, die gestellt werden und die wesentlich sensibler sind als in anderen Branchen.

Wie meinst Du das?

Stefan Röltgen: Wir geben mit MIO 2.0 die Möglichkeit, Bestände zu verwalten, Abrechnungen einzusehen, Geschäftsvorfälle auszulösen und Kommunikation zu steuern. Das heißt nichts anderes, als dass wir das wichtigste Gut unserer Partner – den Bestand – zugänglich und transparent in der täglichen Arbeit machen. Das muss funktionieren, und es muss Antworten auf Fragen geben, die mir als Makler direkt weiterhelfen – denn mein Geschäftsvorfall liegt ja JETZT auf dem Tisch und nicht dann, wenn ein Ticket bearbeitet wird.

Darum haben wir uns bewusst gegen eine breit angelegte FAQ-Kampagne oder den ständigen Verweis auf Videos und Schulungen entschieden, sondern sind den „steinig“ Weg der direkten Kommunikation gegangen. Dabei ist unser Motto – und wird es bleiben: Die Frage unseres Partners soll direkt und abschließend beantwortet werden. Können wir das nicht, versprechen wir, dass wir jemanden finden, der es kann – das ist verbindlich und danach richten wir uns.

Klingt nach viel Kommunikation und Koordination. Nimm uns mal mit – wie sieht das in der Tagesarbeit mit den Partnern der SDV AG aus?

Stefan Röltgen: In der Tat haben wir, vor allem in den ersten zwei Wochen nach dem Start, wahnsinnig viele Anrufe und E-Mails zu MIO 2.0 erhalten. Nun könnte man denken, dass man am „User vorbei“ programmiert hat – sonst müsste er ja nicht fragen.

Die Praxis sagt etwas anderes: Die allermeisten Fragen haben sich auf ganz konkrete Dinge bezogen wie das erhaltene Suchergebnis, bestimmte Funktionen und Auswertungsmöglichkeiten. Dabei waren nur sehr wenige Fragen, zu denen wir unsere Softwareentwicklung ins Boot holen mussten – und kaum welche, die wir gar nicht beantworten konnten. Mit einigen Partnern haben wir zudem echte „Regeltermine“ für einige Wochen vereinbart und uns per „Teams“ virtuell mit dazugesetzt. Dabei haben wir aktuelle Fragen geklärt und Geschäftsvorfälle zusammen bearbeitet.

Schulung und Betreuung aus einer Hand – oder?

Stefan Röltgen: So ist es. Wir möchten unseren Partnern die Scheu davor nehmen, mit dem Tool zu arbeiten. Das wurde unglaublich gut angenommen und hat uns einen viel tieferen Einblick in das Nutzerverhalten und die echten Anforderungen an ein Tool gegeben, als wir ihn vorher hatten.

Diese Dinge besprechen wir mit unserer Softwareentwicklung – und was technisch umsetzbar ist, wird der Nutzer auch im Tool wiederfinden.

Welche Highlights kommen aus Deiner Sicht bei den Partnern besonders gut an?

Stefan Röltgen: Auch hier können wir sehr konkret sagen: Vor allem die Maklervertragsaufnahme und die dann folgende Bestandsübertragung werden intensiv und auch weit, weit mehr als in allen Vorgänger-Tools genutzt. Wir erhalten beinahe keine Mandate und Bestandsübertragungen mehr per E-Mail oder sogar Papier und nähern uns einer fast 100-Prozent-Quote in diesem Thema. Weil es einfach, extrem zuverlässig und wirkungsvoll ist. Nie war es so einfach und effizient, Kunden neu aufzunehmen und im Anschluss zu betreuen oder Bestandskunden zu aktualisieren. Das ist tatsächlich täglich in allen Statistiken toll zu beobachten.

Gibt es noch weitere Themen, die in MIO 2.0 so intensiv stattfinden?

Stefan Röltgen: Das ist etwas, was uns sehr freut: Vor allem in der echten Tagespraxis entwickelt sich MIO flächendeckend zum digitalen Helferlein. Adressänderungen, Datenbereinigung, alles, was man in einem Maklerbüro sonst mithilfe manueller E-Mail-Prozesse abarbeiten muss, findet mehr und mehr in MIO statt.

Wie geht ihr mit dem Feedback der Kooperationspartner um?

Stefan Röltgen: Vor allem: ernsthaft. Nutzerverhalten und Herangehensweisen sind unterschiedlich und dürfen das auch sein. Wir sprechen mit ca. 1500 angebundenen Partnern, die alle selbstständige Unternehmer mit einer eigenen Geschäftsidee sind. Schema F funktioniert da nicht und hat in der Kommunikation keinen Platz. Darum hat jede Frage eine Antwort verdient – und unser Partner darf den Anspruch haben, dass wir sinnvolle Schlüsse aus seiner Frage ziehen. Kommt die Frage häufiger? Haben wir es mit einem technischen oder einem prozessualen Problem zu tun? Lässt es sich durch den Inhouse-Vertrieb oder durch unsere Softwareentwicklung lösen? Daran hangeln wir uns entlang.

Welchen Tipp hast Du für die Nutzung von MIO 2.0?

Stefan Röltgen: (grinst) Ach, da könnte ich wahrscheinlich recht lange referieren, weil das tatsächlich Arbeitsphilosophie und Branchenherausforderungen betrifft. Es gilt vor allem: Trau Dich! Du kannst nichts kaputt machen. Und wenn Du etwas nicht findest, etwas nicht geht oder Du denkst, Du hast doch etwas kaputt gemacht: Ruf uns an. Wirklich zum Problem werden Dinge nur, wenn man nicht über sie spricht oder Fehler für sich behält.

>>>



Niemand hier ist böse, wenn man das Tool und unsere Herangehensweise hinterfragt. Wer MIO für sich entdeckt und möglichst allumfassend nutzt, wird immense Vorteile daraus ziehen.

Hast Du für Dich, für die Vertriebslotsen und auch für die Weiterentwicklung von MIO 2.0 schon echte Schlüsse gezogen?

Stefan Röltgen: Durchaus. Zuallererst: Unterschätze keinen Launch einer neuen Technologie (grinst). Wirklich, das ist ein echter Schluss. Die Branche, und damit nehme ich uns natürlich dazu, ging und geht viel zu lässig mit diesen Dingen um. Wir berühren damit aber den Nutzer, den Versicherungsmakler, den Unternehmer in seinem ureigenen Tun. Das muss intensiv begleitet werden und ist nicht mit Ticketsystemen, Webinaren und FAQs zu leisten. Versicherungsmakler leben von Beratungsleistung und Kommunikation

– das haben wir auch für die Zukunft verstanden und bieten den echten Ansprechpartner für jede Frage.

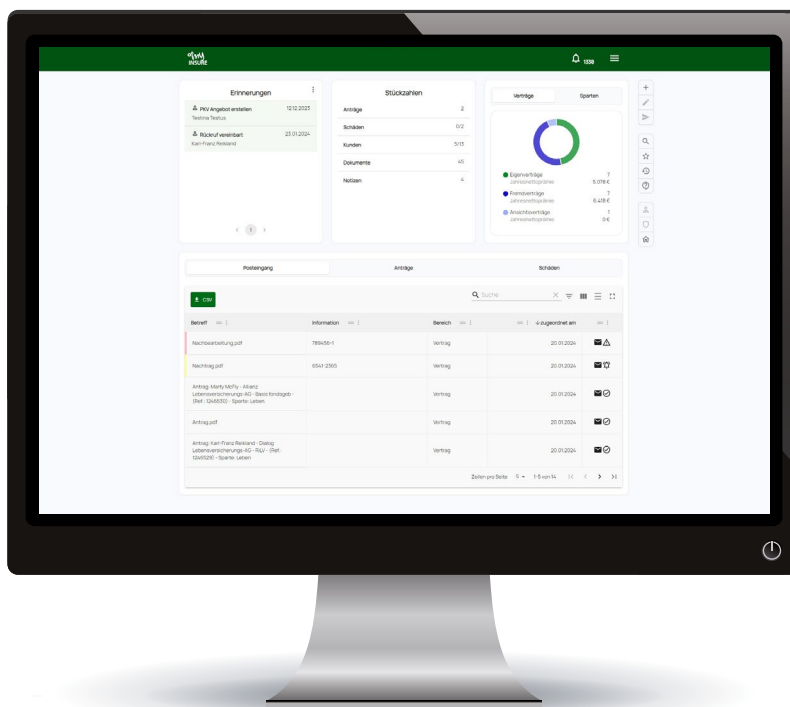
Ganz wichtig auch: Wir sprechen bei 1500 Partnern nicht von „einer“ Zielgruppe. Vom absoluten Power-User und vielleicht sogar Technik-Nerd über den Strukturkopf bis hin zum totalen Gelegenheits-User findet sich in der Branche und bei unseren Partnern jede Art von User – die große Herausforderung ist es, technisch und kommunikativ jedem gerecht zu werden. Das werden wir in Zukunft sicherlich noch mehr in den Fokus nehmen.

Ist MIO 2.0 für Dich weiterhin die „Zukunft der Maklerverwaltung“?

Stefan Röltgen: Ja! Und mehr noch: Durch ständige Weiterentwicklung und die Fähigkeit, die kommenden Entwicklungen der Branche vollumfänglich mit umzusetzen, ist

es ein extrem zukunftsweisendes Instrument im Maklervertrieb. Die Mehrwerte, die aus unserer immer intelligenteren digitalen Maschine zur Dokumentenverarbeitung entstehen, die zuverlässig und rein digital gesteuerten Prozesse im Bestand – das sind Dinge, die in der Zukunft darüber entscheiden werden, wie erfolgreich ein Versicherungsmakler arbeiten kann. Muss man sich mit Dokumentenablage und -sichtung beschäftigen, oder kann man sich auf den Kunden und die eigene Beratungsleistung konzentrieren?

In der Vergangenheit stellte man Mitarbeiter ein, um das eigene Büro und den Bestand zu führen. Das wird in der Zukunft nicht mehr in dieser Form möglich sein, ist in vielen Fällen schon jetzt Realität. MIO 2.0 kann das wichtigste Makler-Tool sein, um die Herausforderungen der Branchenzukunft zu meistern. Wir freuen uns darauf, dabei mitzuwirken!



Wenn jung – dann Dialog

Das Rundum-Sorglos-Paket für alle bis 35 Jahre

- ✓ **Komfort:** Schneller Einstieg durch BU-Kurzantrag¹⁾
- ✓ **Top-Pricing:** Besserstellung bei Berufswechsel in allen Berufen und Tarifen ohne Gesundheitsprüfung möglich²⁾
- ✓ **Flexible Spitzenleistungen:**
 - Allgemeine DU als neuer Leistungsauslöser schließt Versorgungslücke bei Beamten
 - Beitragsfreistellung für max. 6 Monate gebührenfrei ohne Angabe von Gründen bei vollem Versicherungsschutz möglich (einmalig nach Ablauf des 5. Versicherungsjahres)
- ✓ **Flexible Nachversicherungsgarantien:** Inanspruchnahme unbegrenzt häufig möglich – auch ereignisunabhängig³⁾

NEU

NEU

NEU

USP

NEU



1) Max. Eintrittsalter ≤ 35, BMI 18-27, max. Monatsrente 2.000 EUR
2) Max. Eintrittsalter < 36, Vertrag nicht älter als 10 Jahre
3) Weitere Voraussetzungen (z.B. max. Erhöhungsgrenzen BU-Rente) gemäß den Versicherungsbedingungen



DAS VERTRIEBSTEAM DER SDV AG STELLT SICH VOR

In den vergangenen Monaten hat sich das Vertriebsteam rund um Tobias Masuch, Bereichsleiter Vertrieb, komplett neu aufgestellt. Insgesamt stehen potentiellen Kooperationspartnern deutschlandweit fünf Vertriebsleiter für jegliche Fragen zur SDV AG zur Verfügung. Dabei bringt jeder der fünf Ansprechpartner ganz individuelle Expertisen mit in seinen Job. Welche das sind, stellen wir im Folgenden in Form von persönlichen Steckbriefen vor.

Viel Spaß beim Lesen!



EIN PERSÖNLICHER STECKBRIEF

„Mir ist wichtig, dass wir den Makler dort abholen, wo er steht...“



Tobias Masuch

Alter: 34

Position: Bereichsleiter Vertrieb

www.sdv.ag

Was findest Du an unserem Unternehmen so interessant und was war Deine Motivation für eine Bewerbung? Bzw. wie bist Du ins Unternehmen gekommen?

Tobias Masuch: Durch meine vorherige Position bei einem großen Versicherungsunternehmen stand ich schon immer mit Armin Christofori in Kontakt. Irgendwann hat sich die Chance ergeben, und ich habe sie ergriffen. Interessant fand ich schon immer die Vielfalt im Unternehmen – seien es die vielen verschiedenen Dienstleistungen für Makler oder die Möglichkeiten für einen selbst, im Unternehmen zu wachsen. Mein Ziel ist es, die SDV AG gemeinsam weiterzuentwickeln, um letztlich noch besser zu werden.

Bei welchen Themen und Fragen können sich Kollegen an Dich wenden?

Tobias Masuch: Im Prinzip kann sich jeder an mich wenden, wenn er Fragen hat. Fachlich stehe ich meinen Kollegen bei allen Vertriebsfragen zur Verfügung, zum Beispiel bei Fragen im Anbindungsprozess oder zu unseren Dienstleistungen.

Was liegt Dir bei der Zusammenarbeit mit Deinen Teamkollegen & Maklern besonders am Herzen?

Tobias Masuch: Mir ist wichtig, dass wir den Makler dort abholen, wo er steht, und ihm Lösungen präsentieren, die seinen Makleralltag erleichtern und bereichern. Am Ende steht die bestmögliche individuelle Lösung im Vordergrund.

Welche Tätigkeit macht Dir an Deinem Job am meisten Spaß?

Tobias Masuch: Die Vielseitigkeit meiner Arbeit! Jeder Tag ist anders, und ich weiß nie, was noch kommt. Besonders viel Spaß machen mir die Gespräche mit unseren Kooperationspartnern und denen, die es noch werden wollen.

Welche Dienstleistung der SDV AG ist Dein persönliches Highlight?

Tobias Masuch: Es gibt nicht die eine Dienstleistung, sondern den Rundumservice der SDV AG. Nimmt der Makler alle Dienstleistungen in Anspruch, spürt er unsere Servicestärke. Wenn ich einen Service herausgreifen müsste, dann wären es die Vertriebslotsen!

Wie würdest Du Dich mit drei Worten beschreiben?

Tobias Masuch: Lösungsorientiert – zuverlässig – empathisch.

Bist Du eher der Teetrinker oder der Kaffeegenießer?

Tobias Masuch: Kaffee.

Was unternimmst Du gern in Deiner Freizeit?

Tobias Masuch: In meiner Freizeit gehe ich sehr gern joggen oder fahre mit dem Mountainbike.



EIN PERSÖNLICHER STECKBRIEF

„Für mich spielen Ehrlichkeit und Transparenz eine wichtige Rolle ...“



Marcus Kennedy

Alter: 34

Position: Vertriebsleiter

www.sdv.ag

Was findest Du an unserem Unternehmen so interessant und was war Deine Motivation für eine Bewerbung? Bzw. wie bist Du ins Unternehmen gekommen?

Marcus Kennedy: Die Positionierung der SDV AG als echter Servicepartner der Versicherungsmakler ist einzigartig am Markt und hat mein Interesse geweckt. Durch das breite Serviceangebot können alle Bedürfnisse der Kooperationspartner abgedeckt werden. Besonders schätze ich die individuelle Betreuung und Unterstützung in verschiedenen Fachbereichen, wie der Digitalisierung, Kundenpflege oder Prozessoptimierung. Ein früherer Kollege machte mich auf die offene Stelle als Vertriebsleiter bei der SDV AG aufmerksam. Nach einem ausführlichen Austausch mit Tobias Masuch, dem Bereichsleiter Vertrieb der SDV AG, war für mich schnell klar, dass ich mit meinen Fähigkeiten und Erfahrungen als Vertriebsleiter dazu beitragen kann, mit unserem Team gemeinsam Erfolge zu erzielen.

Bei welchen Themen und Fragen können sich Kollegen an Dich wenden?

Marcus Kennedy: Für einen produktiven Austausch bin ich stets zu haben! Als Vertriebsleiter verantworte ich die Gewinnung neuer Kooperationspartner sowie die Betreuung bestehender Partner. An Themen wie Prozessoptimierung, Digitalisierung, Bestandskonsolidierung bis hin zur Unternehmensentwicklung und Unternehmensnachfolge bin ich immer interessiert.

Was liegt Dir bei der Zusammenarbeit mit Deinen Teamkollegen & Maklern besonders am Herzen?

Marcus Kennedy: Für mich spielen Ehrlichkeit und Transparenz eine wichtige Rolle in der Zusammenarbeit mit meinen Teamkollegen und den Maklern. Ich glaube fest daran, dass offene Kommunikation und Vertrauen die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit bilden. Dadurch können wir gemeinsam effektiv arbeiten, Herausforderungen meistern und erfolgreiche Lösungen finden.

Darüber hinaus sind mir die gegenseitige Unterstützung und der respektvolle Umgang miteinander sehr wichtig. Wenn wir als Team zusammenhalten und uns gegenseitig unterstützen, können wir unsere Ziele erreichen und viele Erfolge zusammen feiern.

Welche Tätigkeit macht Dir an Deinem Job am meisten Spaß?

Marcus Kennedy: Auf jeden Fall macht mir der Austausch mit unseren Partnern am meisten Spaß. Jeder Partner ist individuell und bringt seine eigenen Herausforderungen mit sich, bei denen wir als Servicepartner unterstützen können. Die Vielfalt der Partner und ihrer Bedürfnisse macht meine Arbeit abwechslungsreich und spannend.

Es bereitet mir Freude, mit ihnen zusammenzuarbeiten, ihre Anliegen zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten, um

sie bestmöglich zu unterstützen. Der direkte Kontakt und die Möglichkeit, aktiv zur Lösung von Problemen beizutragen, motivieren mich jeden Tag aufs Neue.

Welche Dienstleistung der SDV AG ist Dein persönliches Highlight?

Marcus Kennedy: Schwierig, nur eine auszuwählen! Die Kombination aus allen Services macht uns, wie ich finde, zur perfekten Wahl für Qualitätsmakler. Die individuelle Partnerschaft, die wir bieten, ist demnach mein persönliches Highlight. Wir gehen über das bloße Bereitstellen eines technischen Dienstleisters hinaus und streben danach, eine Beziehung zu unseren Partnern aufzubauen. Durch diese individuelle Partnerschaft können wir maßgeschneiderte Lösungen entwickeln und sie in jeder Phase ihres Geschäfts unterstützen. Ich finde es immer wieder schön zu sehen, wie unsere Partner von dieser Zusammenarbeit profitieren und erfolgreich wachsen.

Wie würdest Du Dich mit drei Worten beschreiben?

Marcus Kennedy: Lösungsorientiert, kommunikationsstark, motiviert.

Bist Du eher der Teetrinker oder der Kaffeegenießer?

Marcus Kennedy: Morgens Kaffee und abends Tee.

Was unternimmst Du gern in Deiner Freizeit?

Marcus Kennedy: Nach Feierabend kann ich mich im Gym noch mal richtig auspowern. Ansonsten gehe ich gern raus und genieße in der Natur das schöne Wetter.

Paar. Aktion. Türöffner.



Risikolebensversicherung pur.

Jetzt bei der Paar-Aktion mitmachen – eine super Chance für Sie und Ihre Kunden.



Vom 01.04.
bis 30.06.24

So funktioniert's:

- 1 Ehepartner oder Paare sichern sich gegenseitig ab.
- 2 Für beide Verträge gibt es jeweils ein Beitragsguthaben von 25€.

Mehr Infos sowie die **Teilnahmebedingungen** zur Aktion finden Sie unter europa-vertriebspartner.de/paarsparen oder unter **0221 5737-300**





EIN PERSÖNLICHER STECKBRIEF

„Die SDV AG steht für Service und Digitalisierung.“



Kevin Alper

Alter: 39

Position: Vertriebsleiter

www.sdv.ag

Was findest Du an unserem Unternehmen so interessant und was war Deine Motivation für eine Bewerbung? Bzw. wie bist Du ins Unternehmen gekommen?

Kevin Alper: Die SDV AG steht für Service und Digitalisierung. Das ist es, was mich in erster Linie persönlich sehr überzeugt hat. Wir gehen immer auf die individuelle Situation des Maklers ein und versuchen ihn mit unserem innovativen Dienstleistungsspektrum so viel Arbeit wie möglich abzunehmen. Darüber hinaus ist die familiäre und menschliche Atmosphäre im Unternehmen einer der überzeugendsten Faktoren für mich gewesen.

Bei welchen Themen und Fragen können sich Kollegen an Dich wenden?

Kevin Alper: Zu meinen Aufgaben als Maklerbetreuer (was mit einem Unternehmensberater gleichzustellen ist) gehört die kontinuierliche und praxisnahe Beratung im Tagesgeschäft, aber auch die aktive Hilfestellung bei der Entwicklung neuer Vertriebsstrategien. Das kann die Zielgruppenbestimmung sowie die Neukundengewinnung umfassen oder die Erschließung neuer Vertriebskanäle, beispielsweise MVP oder die Unternehmensnachfolge. Zugleich übernehme ich Schulungen und vermittele Fachwissen. Bei Fragen und Problemen zwischen Maklern und Versicherern versuche ich als Maklerbetreuer selbstverständlich zu vermitteln.

Was liegt Dir bei der Zusammenarbeit mit Deinen Teamkollegen & Maklern besonders am Herzen?

Kevin Alper: Eine familiäre und menschliche Atmosphäre im Unternehmen. Des Weiteren immer eine ehrliche und transparente Kommunikation.

Welche Tätigkeit macht Dir an Deinem Job am meisten Spaß?

Kevin Alper: Die Gespräche mit den Vertriebspartnern. Jeden Tag hört man neue Geschichten aus dem Leben der Vertriebspartner.

Welche Dienstleistung der SDV AG ist Dein persönliches Highlight?

Kevin Alper: Zu meinen Highlights zählen die Maklerverwaltung myInsure Office, das Onlinemarketing sowie die Vergleichstools. Aber auch unsere Vertriebslotsen sind ein echter Mehrwert.

Bist Du eher der Teetrinker oder der Kaffeegenießer?

Kevin Alper: Kaffee (schwarz).

Was unternimmst Du gern in Deiner Freizeit?

Kevin Alper: Fitnessboxen, Fußball und meine Kinder bespaßen.



EIN PERSÖNLICHER STECKBRIEF

„Teamarbeit ist unerlässlich, und diese wird bei der SDV AG sehr gut gelebt.“



Willi Kuhn

Alter: 60

Position: Regionalleiter

www.sdv.ag

Was findest Du an unserem Unternehmen so interessant und was war Deine Motivation für eine Bewerbung? Bzw. wie bist Du ins Unternehmen gekommen?

Willi Kuhn: Ich kannte die SDV AG aus meiner vorherigen Tätigkeit als Maklerbetreuer, und der Servicegedanke hatte mich schon da absolut begeistert. Die dahinterstehenden Systeme und Prozesse sind effizient und überzeugend. Der Makler steht bei der SDV AG immer im Fokus. Diese Gründe waren für mich ausschlaggebend, ein Gespräch mit Tobias Masuch zu führen. Nun bin ich seit mehr als einem Jahr als Regionalleiter bei der SDV AG tätig, und es ist nach wie vor wahnsinnig spannend. Meine Entscheidung, mich beruflich zu verändern und Teil der SDV Familie zu werden, war definitiv richtig.

Bei welchen Themen und Fragen können sich Kollegen an Dich wenden?

Willi Kuhn: Durch meine über 30-jährige Berufserfahrung als Maklerbetreuer kenne ich mich perfekt mit den Problematiken der Vertriebspartner aus. Des Weiteren können sich Kollegen gern bei Fragen im Komposit-Bereich an mich wenden. Auch zur Ideenfindung bei offenen Fragen zwischen Makler und Kunde bin ich jederzeit ansprechbar.

Was liegt Dir bei der Zusammenarbeit mit Deinen Teamkollegen & Maklern besonders am Herzen?

Willi Kuhn: Ein offener und kollegialer Umgang. Teamarbeit ist unerlässlich, und diese

wird bei der SDV AG sehr gut gelebt. Der Aufbau einer Vertrauensbasis mit den Maklern und die damit verbundene Zuverlässigkeit sind mir sehr wichtig, um gemeinsame Erfolge zu feiern.

Welche Tätigkeit macht Dir an Deinem Job am meisten Spaß?

Willi Kuhn: Die Kommunikation vor Ort mit den Maklern.

Welche Dienstleistung der SDV AG ist Dein persönliches Highlight?

Willi Kuhn: Die technische und persönliche Unterstützung (Vertriebslotsen) finde ich herausragend am Markt.

Wie würdest Du Dich mit drei Worten beschreiben?

Willi Kuhn: Kommunikativ, begeisterungsfähig, lustig

Bist Du eher der Teetrinker oder der Kaffeegenießer?

Willi Kuhn: Kein Morgen ohne einen guten Kaffee (oder zwei :).

Was unternimmst Du gern in Deiner Freizeit?

Willi Kuhn: Motorradfahren, Reisen und neue kulinarische Entdeckungen finden.



EIN PERSÖNLICHER STECKBRIEF

„Die SDV AG ist ein Unternehmen, das sich stetig für und mit seinen Maklern entwickelt.“



Julian Brödenfeldt

Alter: 26

Position: Regionalleiter

www.sdv.ag

Was findest Du an unserem Unternehmen so interessant und was war Deine Motivation für eine Bewerbung? Bzw. wie bist Du ins Unternehmen gekommen?

Julian Brödenfeldt: Auf der Suche nach einer neuen persönlichen Herausforderung bin ich auf die SDV AG gestoßen. Ich war fasziniert von der Möglichkeit, in einem Umfeld zu arbeiten, das sowohl professionell als auch familiär ist. Die SDV AG ist ein Unternehmen, das sich stetig für und mit seinen Maklern entwickelt, und somit der perfekte Partner für mich bei meiner persönlichen Weiterentwicklung.

Bei welchen Themen und Fragen können sich Kollegen an Dich wenden?

Julian Brödenfeldt: Besonders fit bin ich in Sachen Maklerverwaltungsprogramm. Ich nutze es selbst aktiv als Makler und kann praxisnahe Unterstützung bieten.

Was liegt Dir bei der Zusammenarbeit mit Deinen Teamkollegen & Maklern besonders am Herzen?

Julian Brödenfeldt: Besonders schätze ich das familiäre Umfeld bei der Zusammenarbeit mit meinen Teamkollegen und den Maklern. Es ist schön, in einer Atmosphäre zu arbeiten, die von Vertrauen und Zusammenhalt geprägt wird.

Welche Tätigkeit macht Dir an Deinem Job am meisten Spaß?

Julian Brödenfeldt: Am meisten bereitet mir das direkte Gespräch mit den Maklern Freude. Es ist eine großartige Gelegenheit, ihre Bedürfnisse und Anliegen kennenzulernen und sie dadurch bestmöglich zu unterstützen.

Welche Dienstleistung der SDV AG ist Dein persönliches Highlight?

Julian Brödenfeldt: Mein persönliches Highlight unter den vielen Dienstleistungen der SDV AG ist definitiv die technische Plattform myInsure Office. Die Effizienzgewinne, die sie im Arbeitsalltag ermöglicht, sparen uns enorm viel Zeit und optimieren unsere Abläufe erheblich.

Wie würdest Du Dich mit drei Worten beschreiben?

Julian Brödenfeldt: Transparent, glücklich und wissbegierig.

Bist Du eher der Teetrinker oder der Kaffeegenießer?

Julian Brödenfeldt: Ich bin absoluter Kaffeegenießer.

Was unternimmst Du gern in Deiner Freizeit?

Julian Brödenfeldt: Ich bin gern in der Natur, koche gern oder bin bei meinen Freunden und der Familie.



EIN PERSÖNLICHER STECKBRIEF

„Die Makler müssen spüren, dass auf uns Verlass ist.“



Michael Robling

Alter: 48

Position: Regionalleiter / Vertrieb

www.sdv.ag

Was findest Du an unserem Unternehmen so interessant und was war Deine Motivation für eine Bewerbung? Bzw. wie bist Du ins Unternehmen gekommen?

Michael Robling: Ich bin bereits seit vielen Jahren als Makler an die SDV AG angebunden und kenne die Services nicht nur, sondern bin wirklich begeistert und überzeugt davon. Schon in vielen Bereichen meines Arbeitsalltags wurde mir geholfen. Als mich Tobias Masuch auf die Tätigkeit eines Regionalleiters bei der SDV AG aufmerksam machte, war es für mich naheliegend, meine Überzeugung für das Unternehmen auch an weitere Makler weiterzugeben. Darüber hinaus gefällt mir die Unternehmenskultur sehr gut – sie ist familiär, innovativ und professionell.

Bei welchen Themen und Fragen können sich Kollegen an Dich wenden?

Michael Robling: Als Regionalleiter kenne ich mich ganz gut im Bereich der Akquise und Anbindung neuer Makler aus. Welche Probleme, Herausforderungen haben diese in ihren Unternehmen und wie kann man diese mit unseren Services lösen? Durch meine eigene Maklertätigkeit bin ich aber auch einigermaßen fit im Umgang mit myInsure Office sowie dem Maklerextranet und gern behilflich, wenn es um die Nutzung der Systeme geht.

Was liegt Dir bei der Zusammenarbeit mit Deinen Teamkollegen & Maklern besonders am Herzen?

Michael Robling: Eine offene, vertrauensvolle und wertschätzende Kommunikation. Bei den Maklern geht es um ihre Lebenswerke und Unternehmen. Daher ist es wichtig, ihnen zu vermitteln, dass wir authentisch sind und ihre Bedürfnisse erkennen bzw. verstehen. Sie müssen spüren, dass auf uns Verlass ist. Bei meinen Teamkollegen dürfen natürlich der Spaß an der Arbeit und die gegenseitige Motivation nicht fehlen. Ich mag es, dass wir alle an einem Strang ziehen, uns gegenseitig unterstützen, miteinander Spaß haben und konzentriert arbeiten können. Das ist nicht selbstverständlich.

Welche Tätigkeit macht Dir an Deinem Job am meisten Spaß?

Michael Robling: Maklern bei der Lösung ihrer Probleme zu helfen und sie mit den Services der SDV AG zukunftsfähiger aufzustellen.

Welche Dienstleistung der SDV AG ist Dein persönliches Highlight?

Michael Robling: Schwierig, da nur ein Highlight zu nennen. Ich schätze insbesondere das Inhouse-Team der Vertriebslotsen. Die sind echte „Case Manager“, und ich kenne am Markt keine kompetenteren Ansprechpartner, die nicht nur eine hohe fachliche Expertise haben, sondern auch so großartigen, individuellen persönlichen Einsatz zeigen.

Wie würdest Du Dich mit drei Worten beschreiben?

Michael Robling: Positiv verrückt, offen und begeisterungsfähig.

Bist Du eher der Teetrinker oder der Kaffeegenießer?

Michael Robling: Kaffee, unbedingt. Guter Kaffee!

Was unternimmst Du gern in Deiner Freizeit?

Michael Robling: Ich reise wahnsinnig gern. Mich mit Freunden bei gutem Essen und Wein auszutauschen, ist für mich lebensnotwendig. Aus diesen Dingen ziehe ich Energie und Inspiration. Sport gehört ebenso zu meinem Lebenselixier. Eisen im Gym zu bewegen gehört zu mir. Darüber hinaus betreibe ich noch eine Kampfsportart.



Geringere Versicherungssumme auf Kundenwunsch oder um Prämie zu sparen?

Ein Beitrag von RA Stephan Michaelis LL.M., Fachanwalt für Versicherungsrecht

Wir möchten Sie auf ein aktuelles und wichtiges Urteil aufmerksam machen, welches für Ihre tägliche Praxis von besonderer Bedeutung sein kann (Urteil LG Halle v. 31. März 2023 – 5 O 414/21). Das Landgericht Halle hatte sich im Rahmen der Vermittlerhaftung mit einer Gebäude-Unterversicherung und der entsprechenden Dokumentation zum Kundenwunsch zu beschäftigen.

1. Sachverhalt

Der Versicherungsnehmer hatte ein leerstehendes und sanierungsbedürftiges Mehrfamilienhaus zu einem Preis von 40.000 EUR erworben, welches mit der Versicherungssumme „200.000 EUR Zeitwert“ über den Versicherungsvertreter versichert worden ist. Am 30. September 2018 wurde das Mehrfamilienhaus durch einen Brand

beschädigt. Das obligatorische Gutachten wies einen Zeitwert des Gebäudes von 508.000 EUR aus. Der Zeitwertschaden lag bei 142.689 EUR netto zzgl. 8.925 EUR brutto Aufräumkosten. Aufgrund der Unterversicherung erstattete der Versicherer eine Quote von 40 % als Versicherungsleistung.

Der Versicherungsnehmer verlangte jedoch die vollständige Erstattung des Schadens. Er erklärte, dass er sich im Rahmen des Vertragsschlusses durch den Vertreter fehlerhaft beraten gefühlt habe. Der Versicherungsnehmer erläuterte weiter, dass er im Beratungsgespräch zwar den Betrag von 200.000 EUR angegeben habe, zugleich jedoch erläuterte, dass dies „aus der Luft gegriffen“ sei und er keine Vorstellung darüber habe, ob diese Versicherungssumme zutreffend und ausreichend sei. Dabei habe der

Versicherungsvertreter weder nachgefragt noch den Zeitwert erläutert oder erklärt, wie eine Versicherungssumme zu ermitteln sei. Nach Auffassung des Versicherungsnehmers sei das Beratungsprotokoll unvollständig ausgefüllt. Denn der vermerkte Kundenwunsch nach einem Zeitwert von 200.000 EUR sei eben gerade nicht Ergebnis einer Beratung, sondern habe lediglich auf seine in den Raum gestellten Schätzung beruht.

Der Vertreter behauptete, nach dem Wertermittlungsprogramm einen Versicherungswert in Höhe von etwas über 500.000 EUR ermittelt zu haben. Ferner behauptet der Vertreter, dass dem Versicherungsnehmer die Prämie jedoch zu hoch gewesen sei und er natürlich auch die Folgen einer Unterversicherung im Schadensfall erläutert hatte.

**Das Beratungsprotokoll wies aus:
„Kundenwunsch zum Wert von
200.000 EUR absichern“.**

Wenngleich es sich hierbei um einen Versicherungsvertreter handelt, ist dieses Verfahren auch für Maklerhaftungsfälle exemplarisch und übertragbar. Immer häufiger finden Streitigkeiten über die richtige Versicherungssumme, sei es gegen den Versicherer oder aber gegen den Makler, den Weg vor die Gerichte.

KONTAKT

Stephan Michaelis

Fachanwalt für Versicherungsrecht,
Versicherungskaufmann mit der Note
sehr gut und Auszeichnung.

www.kanzlei-michaelis.de



2. Die Entscheidung

Das Gericht gab dem Versicherungsnehmer recht und sah eine Haftung für gegeben. Das Landgericht Halle ist der Auffassung, dass dem Versicherungsnehmer ein Anspruch nach §§ 61, 63 VVG zustehe, da er bewiesen habe, dass der Vertreter seiner Beratungspflicht nicht nachgekommen sei.

Zwar ist der Versicherungsnehmer grundsätzlich beweisbelastet für eine Falschberatung, gleichwohl werden bei fehlerhafter Dokumentation Beweiserleichterungen bis hin zur Beweislastumkehr gebilligt. Zwar sei im konkreten Fall durchaus ein Beratungsprotokoll vorhanden und es müssen nicht sämtliche Einzelheiten des Beratungsgesprächs in Textform dokumentiert werden. Gleichwohl muss, um dem Schutzbedürfnis des Versicherungsnehmers und damit Sinn und Zweck der Dokumentationspflicht gerecht werden zu können, daraus hervorgehen, welche objektive Risikosituation vorliegt.

Nach Auffassung des Gerichts hätte, sofern man diese Dokumentation ernst nimmt, keine Beratung hinsichtlich des Versicherungswertes nach dem Bedarf stattgefunden noch viel weniger eine Beratung zu einem Versicherungswert von über 500.000 EUR. Denn im Beratungsprotokoll ist ausdrücklich vermerkt, dass es zu der empfohlenen Absicherung keinen abweichenden Kundenwunsch oder Empfehlung gegeben habe.

Auch wird die Dokumentation einer Beratung für eine Gebäudeversicherung und dem zu versichernden Wert nicht gerecht. Da die Wertbestimmung bei der Gebäudeversicherung von komplexer Natur ist und einer sorgfältigen Prüfung durch den Versicherungsvermittler und Befragung des VN bedarf, muss dieses auch aus der Beratungsdokumentation hervorgehen. Ferner argumentiert das Gericht noch, dass es dem Beklagtenvertreter leicht gewesen wäre, den Hinweis

auf die Unterversicherung kurz und bündig im Freitext zu notieren und ausdrücklich hätte das „Hin und Her“ zur Absicherungssumme kurz niedergeschrieben werden müssen.

3. Fazit

Das Gericht hatte hier deutlich herausgearbeitet, was Gegenstand einer Beratungsdokumentation zum Versicherungswert sein muss. Es mag sein, dass es wirklich der Kundenwunsch war, das Gebäude nur zu einem Zeitwert von 200.000 EUR abzusichern. Gleichwohl lehrt diese Entscheidung, dass dies auch mit „zwei weiteren Sätzen“ zum Bedarf, hier der richtigen VS, zu dokumentieren ist. Gerade eine gewünschte Herabsetzung der Versicherungssumme zur Prämienersparnis muss (zwingend) dokumentiert werden. Auch ist ein Hinweis auf die Folgen einer Unterversicherung aufzunehmen.

Hier gilt es sich, denn Sinn und Zweck der Beratungsdokumentation zu vergegenwärtigen. Jahre später wissen Sie in der Regel nicht mehr genau, warum welche Absicherungsvariante getroffen worden ist und noch viel wichtiger, dem Richter muss klar und einfach anhand der Beratungsdokumentation



erläutert werden können, was seinerzeit konkret und bedarfsgerecht besprochen worden ist. Erst nach einer deutlichen Warnung vor den Folgen im Versicherungsfall kann dem Kundenwunsch nach seiner gewünschten Versicherungssumme entsprochen werden. Bitte dokumentieren Sie dies zwingend!

Wenngleich der hiesige Fall eine Vertreterhaftung zum Gegenstand hatte, ist diese Entscheidung entsprechend auch auf den Versicherungsmakler zu übertragen. Die Entscheidung lehrt, dass in der Regel nur eine umfassende Beratungsdokumentation vor Haftungsfällen schützt.

Wir empfehlen auch eine Bestandsüberprüfung, um ggf. die bestehenden, zu geringen Versicherungssummen unverzüglich anzupassen oder dann den Kunden zu den bestehenden Unterversicherungen über eine Dokumentation nachweislich zu beraten.



Baloise Best Invest – Vorsprung durch Performance

Mit diesem Produkt ist es Baloise gelungen, in den Kreis der besten Fondspolice-Anbieter aufzuschließen. Gemäß dem Motto: „keine Angst vor Fehlentscheidungen“ ist das Produkt hochflexibel und einfach anzubieten.

Das Preis-Leistungs-Verhältnis

Durch aktuell gestiegene Preise im Alltag, sind Kundinnen und Kunden kostensensibler geworden. Dies gilt auch für Finanzdienstleistungsprodukte. Daher hat Baloise mit dieser Produktentwicklung den Fokus sehr stark auf die Kosten gelegt. Mit dem bemerkenswerten Ergebnis: Die Effektivkostenquote sind in den gängigen ETFs mit Laufzeiten ab 35 Jahren bei unter 1%. Dazu kommt einer der höchsten garantierten Rentenfaktoren am Markt.

Der Motor: die Investmentfonds

Die große Auswahl der Fondspalette enthält „Blockbuster“ Fonds, ETFs und über 60 attraktive nachhaltige Fonds. Viele Fonds sind in sogenannten institutionellen Tranchen erhältlich. Ihre Kundinnen und Kunden profitieren von den Einkaufsvorteilen der Baloise als Großeinkäufer von Investmentanteilen.

Managen lassen:

Neben den Anagemöglichkeiten mit einzelnen Fonds und ETF können Ihre Kundinnen und Kunden die Baloise Vermögensportfolios auswählen. Die langjährige Kapitalmarkt-

expertise der Schweizer Baloise Asset Management ist das Erfolgsrezept dafür, dass die VermögensPortfolios seit über drei Jahren erfolgreich und mit sehr guten Performances gemanagt werden.

Entsprechend der Risikoklasse Ihrer Kund:innen können Sie aus drei verschiedenen Risikoausprägungen jeweils als ETF-Variante oder mit aktiven Fonds wählen. Sie alle enthalten den „Spurassistenten“, der das Portfolio innerhalb der vorgegebenen Schwankungsbreite hält und damit Beratungs-Haftungsrisiken minimiert.

Vario Plus, die Anlagelösung für sicherheitsorientierte Kundinnen und Kunden

Der Schieberegler von Baloise, die sogenannte „Vario“-Option, ermöglicht innerhalb der Fondspolice die Anlage ganz oder teilweise ins Garantievermögen der Baloise anzulegen. Der Anteil kann immer wieder neu bestimmt werden.

Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass gerade sicherheitsorientierte Kunden bessere Anlageergebnisse erzielen, wenn der Anteil der

Anlage ins Garantievermögen zum Ende der Laufzeit höher wird. Diesen Mechanismus hat Baloise mit der „Vario Plus“ perfektioniert und bietet ihn als Baustein gebührenfrei innerhalb der Police an.

Investment in der „2. Halbzeit des Lebens“

Baloise Best Invest folgt diesem Gedanken mit einem optionalen Fonds-Rentenplan, der auch nach Rentenbeginn noch die volle Partizipation an den Renditen der Fonds zulässt. Auch während der Rentenphase können die Kunden flexibel bleiben und beispielsweise Fondswechsel durchführen oder von der fondsgebundenen in eine konventionelle Verrentungsvariante wechseln. Das Gute: Die Kunden müssen sich nicht heute festlegen. Sie haben die maximale Entscheidungsfreiheit. Denn erst einen Monat vor Leistungsabruf legen sie fest, in welcher Form das Vermögen ausgezahlt werden soll.

Baloise Best Invest – die Neue unter den Besten

Service wird bei Baloise seit jeher groß geschrieben. Neben dem Fonds-Checker, einer digitalen Fondsauswahl, wurde der Telefonservice durch das Kompetenz-Team Altersvorsorge mit einer neuen Hotline erweitert. Unser Gedanke: ein großes Serviceangebot für die Geschäftspartner der SDV AG für gemeinsame vertriebliche Erfolge.

Wir freuen uns auf Sie!

KONTAKT

Nadja Lippert

Vertriebsdirektorin Baloise Vertriebsservice AG

Telefon: +49 160 3388541

E-Mail: nadja.lippert@baloise.de



Mein Leben.
Besser versichert.

Canada Life bAVnet: Sagen Sie Tschüss zur Papier-Korrespondenz

Besser digital. Einfach clever.

Mit dem Canada Life bAVnet können Vermittler und Arbeitgeber die Verträge zur betrieblichen Altersversorgung bequem online verwalten!

Jetzt neu: **Das Arbeitgeber-Postfach** ermöglicht es Ihnen und dem Arbeitgeber, sämtliche Vertragsunterlagen inklusive der Police digital zu erhalten. So sieht der Arbeitgeber auf einen Blick, welche Dokumente für ihn und welche für den Arbeitnehmer sind. Mehr dazu erfahren Sie unter www.canadalife.de/bav/xempus.

Interesse?

Dann wenden Sie
sich an:

Markus Zinser
broker consultant
Mobil: 0173-5398431

Swiss Life Branchenlösungen – Arbeitskraftabsicherung mit Mehrwert

Exklusivität und Vertrauen – das sind die Schlüsselwörter, die die Arbeitskraftabsicherung von MetallRente, KlinikRente und ChemieRente AKS-Flex auszeichnen. Als Produktgeberin steht Swiss Life hinter diesen branchenspezifischen Lösungen und bietet damit eine einzigartige Kombination aus Expertise, Qualität und finanzieller Stabilität.

Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften der angebotenen Branchen empfehlen ihren Beschäftigten die Absicherung der Arbeitskraft durch zielgruppengerechte Lösungen.

MetallRente – Die Zukunft der Absicherung für die Metall- & Elektroindustrie

Mit über 1 Million Versicherten aus rund 50.000 Unternehmen ist MetallRente das größte Versorgungswerk Deutschlands. Diese beeindruckende Zahl verdeutlicht das Vertrauen, das die Beschäftigten der angeschlossenen Branchen in MetallRente setzen. MetallRente bietet branchenspezifische Lösungen, die auf die Anforderungen der Metall- und Elektroindustrie abgestimmt sind. Zusätzlich werden vom Versorgungswerk auch die Branchen Stahl-, IT-, Textil- und Holz- u. Kunststoffindustrie, sowie deren angeschlossenen Handwerksbetriebe angesprochen.

KlinikRente – Die optimale Lösung für das Gesundheitswesen

Im Gesundheitswesen sind die Mitarbeiter täglich mit anspruchsvollen Aufgaben konfrontiert. Eine Arbeitskraftabsicherung, die den spezifischen Bedürfnissen dieses Bereichs gerecht wird, ist daher unverzichtbar. Mit KlinikRente bieten wir maßgeschneiderte Lösungen für Krankenhäuser, Kliniken und medizinische Einrichtungen. Unsere flexiblen Versicherungsmodelle ermöglichen eine individuelle Anpassung an die Bedürfnisse jedes Einzelnen im Gesundheitswesen.

ChemieRente AKS-Flex – Die maßgeschneiderte Absicherung für die Branchen bei IG BCE

Die Arbeitskraftabsicherung in den Branchen der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie und Energie (IG BCE) erfordert spezifisches Fachwissen und individuelle

Lösungen. BU Flex und Vitalschutz Flex von ChemieRente bietet genau das. Mit modular aufgebauten Vorsorgelösungen können Sie die Absicherung an die Bedürfnisse Ihrer Kundinnen und Kunden anpassen. Als Vermittlerinnen und Vermittler profitieren Sie nicht nur von unserer Expertise im Bereich Arbeitskraftabsicherung, sondern auch von der finanziellen Sicherheit, die Swiss Life als Konsortialführerin bietet.

Swiss Life – Ihr verlässlicher Partner

Unsere langjährige Expertise und finanzielle Stabilität machen uns zur bevorzugten Wahl in den Versorgungswerken MetallRente, KlinikRente und ChemieRente. Als Vermittlerin und Vermittler erhalten Sie nicht nur Zugang zu exklusiven Kundengruppen, sondern auch umfassende Unterstützung. Nutzen Sie die starken Marken für Ihre Vertriebsarbeit, und erhalten Sie regelmäßige Brancheninformationen, um immer auf dem neuesten Stand zu sein.

Werden Sie Teil dieses exklusiven Netzwerks und überzeugen Sie sich selbst von den Potenzialen, die diese Branchenlösungen bieten.

KONTAKT

Maurice Bertke

Vertriebsmanager Nord
Swiss Life Deutschland

Telefon: +49 151 16177056

E-Mail: maurice.bertke@swisslife.de





Die vielleicht beste Unfallversicherung für Ihre Kunden!

Stiftung Warentest	SEHR GUT (1,0)
Finanztest	Manufaktur Augsburg GmbH Unfallversicherung Tarif Premium Plus
	Im Test: 112 Private Unfallversicherungen
	Ausgabe 7/2021 www.test.de
	210T43

**Jetzt
informieren
und Partner
werden!**

www.manaug-produktgeber.de

**MA MANUFAKTUR
AUGSBURG GMBH**

Versicherungslösungen wie von Hand gemacht

Manufaktur Augsburg GmbH

Proviantbachstraße 30, 86153 Augsburg

Telefon: 0 821 / 71 008 -500

E-Mail: info@manaug.de



Besuchen Sie uns auch bei Facebook!

Inklusive
Bluttest zur
Krebsfrüh-
erkennung aus
Krebs-Scan



Hand in Hand ist
HanseMerkur

Best Fit: Exklusiv-Leistungen für Arbeitnehmer

Mehr Leistungen im Krankheitsfall? Dafür sorgt unser **Zusatzbaustein EGO2** in Verbindung mit den Produkten Best Fit oder Pro Fit Plus.

Diese Leistungen sind Ihnen mit Best Fit sicher: (Tarif AZP und EGO2)

- o Privatärztliche Behandlung inklusive ambulanter naturheilkundlicher Behandlung
- o Sehhilfen bis 600,- EUR innerhalb von 24 Monaten
- o LASIK bis 4.000,- EUR innerhalb von 60 Monaten
- o 50 Sitzungen Psychotherapie zu 90 %
- o Programm für Vorsorgeuntersuchungen
- o Maßnahmen zur Stressbewältigung
- o PanTum-Detect®-Bluttest einmal jährlich (Krebs-Scan)
- o 100%ige Kostenerstattung bei Zahnbehandlung
- o 120,- EUR Zahnprophylaxe p. a.
- o 90%ige Kostenerstattung bei Zahnersatz
- o Leistungen über dem 3,5-fachen Satz der GOÄ und GOZ möglich



Martin Feth

Vertriebsdirektor VD Süd

E-Mail: martin.feth@hansemerkur.de

Tel.: 0171 7569443



Zielgruppe Kinder: Gesetzlich versichert, aber Privatpatient beim Arzt, Zahnarzt und im Krankenhaus.

Was ist Kostenerstattung?

Gesetzliche Versicherte legen bei einem Arztbesuch die Versicherungskarte vor. Der Arzt rechnet dann direkt mit der Krankenkasse ab. Dieses Verfahren ist allgemein bekannt und wird als „Sachleistungsprinzip“ bezeichnet. Gesetzlich Versicherte sind aber nicht an das Sachleistungsprinzip gebunden. Die Krankenkasse bietet Ihren gesetzlich versicherten Kunden auch das Prinzip der „Kostenerstattung“ an. Ihr Kunde muss seine Krankenkasse darüber informieren, dass er von nun an über das Kostenerstattungsverfahren abrechnen möchte. Viele Krankenkassen bieten für die Beantragung spezielle Formulare an.

- ✓ ambulante ärztliche Versorgung
- ✓ ambulante zahnärztliche Versorgung
- ✓ ärztlich bzw. zahnärztlich veranlasste Versorgung (Arznei- und Verbandmittel, Heilmittel, Hilfsmittel)
- ✗ stationäre Versorgung

Im Tarif BMG müssen Ihre Kunden die Kostenerstattung nicht für stationäre Leistungen (Krankenhaus) beantragen. Sie werden dennoch auch im Krankenhaus wie ein Privatpatient behandelt. Die Abrechnung erfolgt weiter direkt zwischen Krankenhaus und Krankenkasse. Ihre Kunden binden sich damit für mindestens ein Kalendervierteljahr an die Abrechnungsform der Kostenerstattung.

Tarif BMG

Mit der Zusatzversicherung Tarif BMG werden die Kinder Ihrer Kunden zum Privatpatienten in allen Bereichen sowie bei sämtlichen ärztlich verordneten Leistungen. Und bleiben gleichzeitig in der Krankenkasse versichert. So müssen sich Ihre Kunden nicht zwischen zwei Systemen entscheiden.

Die Leistungen aus **Tarif BMG** zusammen mit den Leistungen der Krankenkassen entsprechen dem **Leistungsniveau einer hochwertigen privaten Vollversicherung**.

Bei der Auswahl eines Kostenerstattungs-tarifes ist ein wichtiges Merkmal: Was passiert, wenn die gesetzliche Krankenversicherung gar keine Leistungen erbringt?

Ganz oft erlebe ich, dass z.B. Kinderärzte keine Kassenzulassung mehr haben und nur noch PKV Versicherte annehmen.

Was macht dann Ihr Kostenerstattungstarif?

Die meisten Versicherer erstatten 30 bis 70% der privatärztlichen Rechnungen. Das bedeutet, Ihre Kunden bleiben auf einem Großteil der Kosten sitzen. Die Lösung ist einen Tarif abzuschließen, welcher auch 100% ohne Zuzahlung der GKV erstattet. Daher lautet meine Empfehlung klar: Tarif BMGO (ohne Selbstbehalt).

Anderer Versicherer bieten im Regelfall das Kostenerstattungsprinzip nur für den ambulanten Bereich an. Für den stationären oder Zahnbereich sind separate Tarife abzuschließen. Viele private Krankenzusatzversicherungen leisten nicht, wenn eine reine Privatklinik gewählt wird. Mit BMG haben Ihre Kunden die Möglichkeit, eine reine Privatklinik ohne Vorleistung der GKV aufzusuchen und auch eine Erstattung zu erhalten.

Ein wichtiger Punkt bei der **Zielgruppe Kinder** ist eine ggf. zukünftige kieferorthopädische Maßnahme. Die Zahnleistungen im **Tarif BMG sehen kieferorthopädische Maßnahmen mit 100% Leistung** vor.



Zusätzlich sollten Sie für Ihre Kunden unseren Tarif Best Care direkt mit anbieten. Der Tarif Best Care ist ein besonderes Highlight für Kunden, die für ihr Kind bei schweren Erkrankungen die Top Spezialisten konsultieren wollen. Mit Best Care bekommen Kinder **innerhalb von 5 Werktagen einen Termin bei einem anerkannten Top Experten bei schweren Erkrankungen**.

Für den Topschutz der DKV, Tarif BMGO (ohne Selbstbehalt) plus Best Care und dem Zusatzbaustein Einbettzimmer, beträgt der Beitrag für ein Kind **101,99€ monatlich**. Mit Selbstbehalt auch noch günstiger. Damit haben Sie den Topschutz, den Sie am deutschen Versicherungsmarkt im Rahmen der Kostenerstattungstarife einkaufen können.

KONTAKT

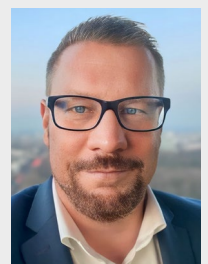
Holger Dowe

Key Account Manager, ERGO Group AG

Telefon: +49 211 477 97282

Mobil: +49 177 8112445

E-Mail: Holger.Dowe@ergo.de



Out now: Die neue Fondsrente von AXA!



In einer Welt, die sich rasant wandelt, sind fondsgebundene Lösungen das Mittel der Wahl in der Altersvorsorge. Die passende Antwort hierauf bietet AXA mit der neuen, modernen, fondsgebundenen Altersvorsorge „JustInvest“ am Puls der Zeit.

Die Altersvorsorge- und Investmentberatung von heute stellt an Sie große Anforderungen. Mit hervorragender Fondsauswahl, kostengünstigem Versicherungsmantel und wertvollen Produktflexibilitäten bietet JustInvest ein Top-Preis-Leistungs-Verhältnis und eine hervorragende Positionierung.

Fondsgebundene Altersvorsorge neu definiert:

1. Professionell anlegen
2. Sicher beraten
3. Einfach gestalten

Professionell anlegen

Entscheidend für die herausragende Qualität von JustInvest ist ein **großes Fondsuniversum**. AXA bietet Ihnen dabei eine breite, qualitativ hochwertige Auswahl namhafter Anbieter mit einer großen Palette an ETFs und exzellent gemanagten eigenen Portfolios. **Wer will, kann durch Rebalancing das Risikoprofil regelmäßig readjustieren lassen – steuerfrei und kostenlos.**

JustInvest profitiert von der **Größe und Solvenz** des Global Players AXA, einem der größten Vermögensverwalter weltweit.

Sicher beraten

Um Kund:innen heute sicher und bedarfsgerecht zu beraten, ist es wichtig, ein Angebot zu haben, das in allen Bereichen am Puls der Zeit ist. Dazu gehört ein **hoher garantierter Rentenfaktor** genauso wie die **Möglichkeit einer kapitalmarktorientierten Rentenphase**. Um Veränderungen vorzubeugen hat AXA die **neue Innovationsklausel** in JustInvest integriert. Diese sichert die Wahlfreiheit für geeignete zukünftige, neue Verrentungsarten. Wertsicherungsbausteine schaffen einen weiteren Schutz und überzeugen gerade sicherheitsaffine Kund:innen.

Durch eine **kostenfreie Shift-Möglichkeit** von bis zu 100 % des Fondsvermögens ins Sicherungsvermögen von AXA kann mit der Garantieoption auch kurzfristig auf Veränderungen am Markt reagiert werden. Ihre Kund:innen profitieren ebenso von der **flexiblen Gewinnsicherung** zur Realisierung von Kursgewinnen.

Eines der wichtigsten Highlights in diesem Bereich ist der **neue Protect-Baustein**, denn dieser sorgt für eine Beitragsbefreiung im Berufs- bzw. Dienstunfähigkeitsfall. Und das bis 250 Euro Monatsbeitrag – mit 3 Jahren Wartezeit – **sogar ohne Gesundheitsprüfung**.

Einfach gestalten

AXA macht mit dem **neuen Fonds-Navigator** eine große, komplexe Fondsauswahl

ganz einfach beherrschbar. Dieses digitale Tool ermöglicht es, optimierte Portfolios für verschiedene Kundenbedürfnisse und -ziele zusammenzustellen. Dazu erfasst und bewertet der Fonds-Navigator individuelle Präferenzen und Risikotoleranzen. Das Ergebnis ist eine **maßgeschneiderte und beratungssichere Portfolio-Empfehlung**, basierend auf dem jeweiligen Kundenwunsch.



Die neue Fondsrente von AXA bietet ein einzigartiges Gesamtpaket

JustInvest beinhaltet höchste Professionalität durch ein großes und qualitativ hochwertiges Fondsspektrum, das mit großer Expertise ausgewählt und gemanagt wird. Attraktive Leistungen bei gleichzeitiger Risikoabsicherung machen die Altersvorsorgeberatung mit JustInvest besonders sicher und einfach in der Kundenberatung.

Mit JustInvest von AXA erhalten Sie die Möglichkeit, sich zu differenzieren und gleichzeitig das Beste für Ihre Kund:innen zu erreichen. **Denn JustInvest ist DIE neue Lösung für fondsgebundene Altersvorsorge am Puls der Zeit!**

Weitere Informationen zu JustInvest finden Sie unter: www.axa-makler.de

KONTAKT

Christian Idler

Regionalmanager KV / LV
Maklervertrieb, AXA Konzern AG

Zielstattstr. 30, 81379 München
Telefon: +49 152 09372292
E-Mail: christian.idler@axa.de





IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

SDV Servicepartner der Versicherungsmakler AG
 Proviantbachstraße 30, 86153 Augsburg
 Telefon: 0821 71008-0
 Fax: 0821 71008-999
 E-Mail: info@sdv.ag | www.sdv.ag

VORSTÄNDE:

Armin Christofori (CEO)
 Thomas Müller (COO)

REDAKTION UND ANZEIGENSERVICE:

Nicola Klein, Maximilian Christofori

REDAKTION UND TEXT:

Pfefferminzia Medien GmbH, Manila Klafack
www.pfefferminzia.de

LAYOUT / GESTALTUNG:

FREIRAUM K. KOMMUNIKATIONSDESIGN
 Karen Neumeister, www.freiraum-k.de

DRUCK:

logo Print GmbH, Metzingen, www.logoprint-net.com

BILDNACHWEISE:

Titel, Seite 03: © patiwat / AdobeStock
 Seite 05: © alazur / iStock
 Seite 06: © Yan / AdobeStock
 Seite 07, 15 – MIO: © Rudzhan Nagiev / iStock
 Seite 08, 09: © shacil / AdobeStock
 Seite 11: © kunakorn / AdobeStock
 Seite 27: © Claus / AdobeStock
 Seite 31: © stockvisual / iStock

FOTOGRAFIEEN:

Seite 04, 18 bis 25: HÖNLE.training GmbH, Augsburg
 Seite 10: © Zehntausendgrad Videowerbung GmbH

Die Verantwortung für die Inhalte der Anzeigen und Beiträge liegt beim jeweiligen Werbepartner. Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Das Copyright liegt, wenn nicht anders vermerkt, bei der SDV AG.

Wir sind auch hier zu finden:





SIGNAL IDUNA 
füreinander da

Jetzt ganz einfach sicher fühlen: Mit dem SI Handelsschutz!

Ihre Kunden versorgen die Menschen in ihrer Umgebung mit den wichtigen Dingen des täglichen Lebens und müssen flexibel auf die Wünsche ihrer Kundschaft eingehen. Der Betrieb ist mehr als eine reine Existenzgrundlage. Das haben wir verstanden!

Wir bieten mit unserem SI Handelsschutz ein Produkt, das den Betrieb anhand von 7 Leitungspaketen gegen die gängigsten Gefahren absichert. Pakete, die Ihr Kunde nicht benötigt, können individuell ausgewählt werden.

Thomas Kreuzer
Spezialist Kompositversicherung
Telefon 089 55144-225
Mobil 0152 26750706