

Dialog Leben

# Leben von Innovationen

Die VM-Redaktion sprach mit Rüdiger R. Burchardi, Vorstand für Vertrieb und Marketing, über die Ausrichtung der Dialog Lebensversicherung AG, die innerhalb der neu strukturierten Generali-Gruppe als eigenständige Marke fortentwickelt wird.

**VM:** Die Dialog Lebensversicherung AG ist nach eigener Auffassung der einzige reinrasige Maklerversicherer im Generali-Konzern. Was wollen Sie damit sagen?

**Rüdiger R. Burchardi:** Die vertriebliche Ausrichtung der einzelnen Unternehmen in der Gruppe ist – dem jeweiligen Bedarf entsprechend – sehr unterschiedlich. Einige arbeiten mit einer eigenen Ausschließlichkeitsorganisation, einige haben zusätzlich einen Maklervertrieb, andere arbeiten mit der DVAG als unabhängigen Vertrieb zusammen, wieder andere sind Direktversicherer. Wir sind innerhalb des Konzernverbunds der einzige Versicherer mit einem ausschließlichen Maklervertrieb.

**VM:** Nach heutigem Stand bleibt die Dialog eigenständig. Der Slogan „Einheit in Vielfalt“ gilt nicht mehr?

**Rüdiger R. Burchardi:** Ich darf noch einmal das wiederholen, was wir auf unserer Bilanzpressekonferenz im April bereits mitgeteilt hatten: Die Dialog als Spezialversicherer ist und bleibt ein eigenständiges Unternehmen innerhalb des AMB-Generali-Gruppe.

**VM:** Kann ein Spezialversicherer für biometrische Risiken in der heutigen komplexen Welt überhaupt überleben?

**Rüdiger R. Burchardi:** Sogar sehr gut. Nach meiner Einschätzung wird es weitere Konzentrationen am Markt geben, zugleich werden die Spezialisten auch zukünftig eine wichtige Rolle spielen. Ein Spezialversicherer wie wir zeichnet sich durch die Fokussierung auf bestimmte Produktlinien und eine klare Zielgruppenorientierung aus. Dadurch entstehen ein hohes Know-how im Spezialgebiet und eine intensive Kundenzuwendung, von der die Vertriebspartner unmittelbar profitieren.

**VM:** Fürchten Sie nicht, dass der Mehrkanalversicherer „Neue Generali“ mit seiner geballten Macht auch im Maklermarkt durch die Zusammenführung der früheren Maklerbereiche Leben von Aachen-Münchener und Volksfürsorge Ihnen das Wasser abgräbt?

**Rüdiger R. Burchardi:** Überhaupt nicht! Im Konzern nimmt jedes Unternehmen seine spezifische Rolle wahr. Wir sind der Spezialversicherer für biometrische Risiken.

**VM:** Wie hoch sind Ihre Marktanteile im Maklermarkt?

**Rüdiger R. Burchardi:** Bezogen auf unser Kerngeschäftsfeld, die Risikolebensversicherung, sind wir bei 6,9 Prozent angekommen – dreimal mehr als noch 2003. Bezogen auf den Maklermarkt, wo wir ja

**„Am geschäftlichen Erfolg partizipieren unsere Vertriebspartner und deren Kunden durch Vergünstigungen.“**

*Rüdiger R. Burchardi*

ausschließlich tätig sind, liegt der Marktanteil bei 18 Prozent. Daraus können Sie erkennen, dass wir von der Personalstärke zwar ein kleiner Versicherer sind, im Maklermarkt jedoch zu den führenden Unternehmen gehören.

**VM:** Bei welchen Produkten wollen Sie besonders punkten und wie heben sich die Courtagzusagen von der Konkurrenz ab?

**Rüdiger R. Burchardi:** Unsere Hauptproduktlinien sind Risikolebens- und Berufsunfähigkeits-Versicherungen. Sie zeichnen sich durch ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis aus und sind individuell an jeden Bedarf anpassbar. Mit unserem BU-Bedingungswerk sind wir im Markt führend, die namhaften Ratingagenturen haben unser Top-Produkt „SBU-professional“ mit Bestnoten bewertet. Ich glaube, damit können wir besonders punkten. Bei den Courtag-



Zusagen halten wir uns im Rahmen des Üblichen und locken nicht mit unangemessenen Provisionen. Wir stellen fest, dass unsere Vertriebspartner dies auch verstehen; für sie sind die Qualität unserer Produkte und die Haftungssicherheit ausschlaggebend.

**VM:** In der Risiko-Lebensversicherung bieten Sie eine neue Police mit bis zu zehn Prozent Rabatt an. Ist dies von der Kalkulation gedeckt – auch mit Blick auf die neuen Sterbetafeln DAV 2008 T?

**Rüdiger R. Burchardi:** Natürlich ist die Kalkulation bei der Tarifierung aktuariell abgesichert. Auf die DAV-Sterbetafeln sind wir aufgrund des großen Bestandes nicht angewiesen. Die Reduktion der Margen wurde durch geschäftlichen Erfolg mit wachsenden Marktanteilen und durch unsere schlanke Organisation mit sehr niedrigen Verwaltungskosten von 2,64 Prozent der gebuchten Beiträge möglich. Den Erfolg geben wir nun in Form von Vergünstigungen an unsere Vertriebspartner und deren Kunden weiter. Beitragserhöhungen sind übrigens für uns ein Fremdwort, denn wir haben sie noch

niemals seit Gründung des Unternehmens im Jahr 1971 vorgenommen.

**VM:** Sie werben bei der neuen Produktreihe „RISK vario“ mit einer einzigartigen Vielfalt von Gestaltungsmöglichkeiten für den Makler. Was heißt das?

**Rüdiger R. Burchardi:** Sie umfasst – für Raucher und für Nichtraucher – rund 20 Tarifvarianten. Der Makler kann so Versicherungssumme, Summenverlauf und Beitragshöhe genau an die Bedürfnisse seines Kunden anpassen. Zum Beispiel kann der Summenverlauf konstant, linear oder annuitätisch fallend oder völlig frei gewählt, also jedes Jahr neu gestaltet werden. Für eine Baufinanzierung ist der annuitätische Verlauf optimal, da der Summenverlauf exakt an den Darlehensverlauf angepasst werden kann. Der Kunde ist damit zu keinem Zeitpunkt unterversichert, bezahlt aber nur den Versicherungsschutz, den er tatsächlich braucht. Einzigartig ist unser Angebot einer verbundenen Risikoversicherung, die bis zu neun Personen umfassen kann. Sie ist bis zu 22 Prozent günstiger als mehrere Einzelversicherungen und eignet sich ideal als Keyman-Versicherung zur finanziellen Absicherung von Geschäftsverbindungen.

**VM:** Offenbar sahen Sie sich generell in der Pflicht, den Nutzen Ihrer Vertriebspartner zu verbessern. Was genau hat sich in den letzten Monaten geändert?

**Rüdiger R. Burchardi:** In der Tat ist es unser permanentes Bestreben, den Nutzen für unsere Vertriebspartner zu verbessern. Das Beispiel der Beitragsreduktion in der Risikoversicherung spricht ja für sich. Ein anderes Beispiel ist die Konformität unserer Geschäftsprozesse mit dem neuen Versicherungsvertragsgesetz. Bereits im Dezember 2007 hatten wir alle Vertriebspartner mit VVG-konformen Unterlagen ausgestattet. Wir begleiten unsere Vertriebspartner bei allen Formen der Antragstellung – ganz gleich, ob sie sich für das Antragsmodell, das Invitatio-Modell oder das Stellvertreter-Modell entscheiden. Last but not least können Vermittler bei uns Zeit und Kosten spa-

rend Anträge per Fax oder E-Mail einreichen, während das Original bei ihnen bleibt. Und seit Neuestem können Anträge direkt und bequem im pdf-Formular ausgefüllt oder beschrieben werden, wobei interaktive Schaltflächen die Bearbeitung zusätzlich erleichtern.

**VM:** Sie setzen auch auf unabhängige Vertriebsorganisationen. Sind da auch MLP und AWD gemeint? Wie sieht die Aufteilung nach Einzelmaklern, Pools, Mehrfachagenten und Banken aus?

**Rüdiger R. Burchardi:** Unsere Vertriebspartner kommen aus allen Segmenten, alle großen Vertriebe in Deutschland und Österreich eingeschlossen. Getrieben durch das neue VVG ist eine stark zunehmende Poolbildung zu beobachten. Die Bedeutung der Mehrfachagenten geht zurück, die der Vertriebe wächst. Die Aufteilung sieht bei uns etwa wie folgt aus: Makler und Pools bringen 60 Prozent des Geschäfts, Vertriebe 25 Prozent, Banken, Sparkassen und Mehrfachagenten 15 Prozent.

**VM:** Wie wird das biometrische Optimierungsmodell, das Existenz-, Familien- und Altersvorsorge zugleich abdeckt, in der Praxis angenommen?

**Rüdiger R. Burchardi:** Es wurde mit dem „Goldenen Bullen“ für das innovativste Versicherungsprodukt 2008 ausgezeichnet. Das Versicherungsmagazin kürte es im April zum „Produkt des Monats“. Der Bedarf an umfassender Vorsorge ist enorm, allerdings fehlt es vielen Kunden an der nötigen Liquidität.

**VM:** Sie müssen Ihre Gewinne zu 100 Prozent an die Generali abführen. Bleibt da überhaupt Spielraum für Innovation und Investition?

**Rüdiger R. Burchardi:** Innovationen und Investitionen erbringen wir vor der Gewinnabführung. Wir sind ein Unternehmen, das von Innovationen lebt. Unsere Innovationsorientierung mit dem dafür erforderlichen Kostenaufwand ist seitens des Konzerns erwünscht.

*Das Interview führte Detlef Pohl.*