Florian Weiß

Ansätze zur Senkung von Transaktionskosten bei Versicherungsmaklern in der Privatkundenberatung

Diplomarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2014 GRIN Verlag
ISBN: 9783656656784

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/271918

Florian Weiß

Ansätze zur Senkung von Transaktionskosten bei Versicherungsmaklern in der Privatkundenberatung

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Diplomarbeit

Thema:
Ansätze zur Senkung von Transaktionskosten bei Versicherungsmaklern in der Privatkundenberatung

Diplomarbeit, vorgelegt zur Erlangung des Zeugnisses über die Diplomprüfung im Studiengang Betriebswirtschaft der AKAD-Hochschule Pinneberg - staatlich anerkannte Fachhochschule.

Florian Weiß

Rickling, 31.03.2014

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis V
Abkürzungsverzeichnis VI

1 Einleitung 1
2 Definitionen und Abgrenzungen 5
2.1 Versicherungsmakler 5
2.1.1 Definition und rechtliche Grundlage 5
2.1.2 Tendenzen am Versicherungsvermittlermarkt 7
2.1.3 Pflichten des Versicherungsmaklers 8
2.2 Privatkundenberatung 11
2.2.1 Privatkunde 11
2.2.2 Beratungsfelder und „Kundenwert“ 11
2.3 Transaktionskosten definieren 14
3 Explorativer Teil 24
3.1 Stand der Forschung 24
3.2 Hypothesenformulierung 26
3.2.1 Anlass Hypothese 1 26
3.2.2 Anlass Hypothese 2 27
3.2.3 Anlass Hypothese 3 28
3.3 Methodik der Umfrage 28
3.4 Hypothesenüberprüfung und Ableitung von Maßnahmen 30
3.4.1 Hypothese H1 30
3.4.1.1 Überprüfung H1 30
3.4.1.2 Lösungsansatz H1 31
3.4.2. Hypothese H2 32
3.4.2.1 Überprüfung H2 32
3.4.2.2 Lösungsansatz H2 33
3.4.3 Hypothese H3 33
3.4.3.1 Überprüfung H3 33
3.4.3.2 Lösungsansatz H3 34

4 Ansätze zur Senkung von Transaktionskosten 34
4.1 Ansatz der „Onlineberatung“ 36
4.1.1 Grundlagen 36
4.1.2 Auswirkungen auf den Akquisitionsprozess 37
4.1.3 Auswirkungen auf den Beratungsprozess 40
4.1.4 Auswirkungen auf die Betreuung 42
4.1.5 Risiken der „Onlineberatung“ 44
4.2 Ansatz einer zielgruppenorientierten Akquisition 46
4.2.1 Grundlagen 46
4.2.2 Auswirkungen auf den Akquisitionsprozess 47
4.2.3 Auswirkungen auf den Beratungsprozess 48
4.2.4 Auswirkung auf die Betreuung 49
4.2.5 Risiken der Zielgruppenorientierung 50
4.3 Ansätze zur Automatisierung von Nebenprozessen 51
4.3.1 Grundlagen 51
4.3.2 Auswirkungen auf Nebenprozesse in der Akquisition 53
4.3.3 Auswirkungen auf Nebenprozesse in der Beratung 55
4.3.4 Auswirkungen auf Nebenprozesse in der Betreuung 56
4.3.5 Risiken der Automatisierung von Nebenprozessen 56
4.4 Kritische Würdigung der Konzepte 57
5 Schluss 59

Literaturverzeichnis 65

Anhang I 69
Anhang II 74
Anhang III 106
Anhang IV 108

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Statistik Vermittlerregistrierungen 7

Abbildung 2: Bruttowertschöpfung 16

Abbildung 3: Arten von Transaktionskosten 18

Abkürzungsverzeichnis

BiPRO e.V.	Brancheninstitut für Prozessoptimierung e.V.
CLV	Customer Lifetime Value
FAQ	frequently asked questions
GDV	Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.
GewO	Gewerbeordnung
IHK	Industrie- und Handelskammer
IMD	Insurance Mediation Directive
IT	Informationstechnik
Kfz	Kraftfahrzeug
KV	Krankenversicherung
LV	Lebensversicherung
RDG	Rechtsdienstleistungsgesetz
RV	Rentenversicherung
USP	unique selling proposition
VDVM	Verband deutscher Versicherungsmakler e.V.
VersVermG	Gesetz zur Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts
VersVermV	Versicherungsvermittlungsverordnung
VMU	Versicherungsmaklerunternehmen
VVG	Versicherungsvertragsgesetz

1 Einleitung

„Die Vermittler haben keine starke Lobby und sind Prügelknaben der Nation.“[1] Dieses Zitat stammt aus der durchgeführten Umfrageerhebung im Rahmen dieser Arbeit und ist lediglich eine von mehreren Aussagen über das Empfinden der Versicherungsvermittler zur aktuellen Marktsituation.

Die Entwicklungen der letzten Jahre haben ein Spannungsfeld aufgebaut, welches nicht alle Versicherungsmakler auf lange Sicht betriebswirtschaftlich tragen können.

Durch die Reform des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG) wurden zahlreiche neue Pflichten für Versicherungsvermittler eingeführt, die zusätzlichen administrativen Aufwand bedeuten.

Die Versicherungsbranche hat in den letzten Jahren weniger durch besondere Kundenorientierung auf sich aufmerksam gemacht als vielmehr durch Skandale, Provisionsexzesse und missbrauchtes Anlegervertrauen. Zu nennen ist in diesem Zusammenhang die Insolvenz des Spezialvermittlers für private Krankenversicherungen, der MEG AG. Hierbei fiel auf, dass Versicherungsgesellschaften, insbesondere die AXA Versicherung AG, der MEG AG „auf Zuruf“[2] mehrere Millionen Euro als Vorschuss auf zukünftig abgeschlossene Krankenversicherungen zukommen ließ. Das Ziel war, dass der Vertrieb vorrangig die Produkte der AXA verkaufte. Im Schnitt erhielt die MEG für das Vermitteln von privaten Krankenversicherungen pro Vertrag 14,4 Monatsbeiträge an Provisionen ausgeschüttet.[3]

Nach der Insolvenz der Firma griff die Politik in die Provisionshöhen von Krankenversicherungen per Gesetz ein. Die Abschlussprovisionen wurden auf 3,3% der Bruttobeitragssumme limitiert, was je nach Tarif ca. 9 Monatsbeiträgen Provision entspricht[4] und die Stornohaftungszeit[5] wurde von einem auf fünf Jahre angehoben.[6]

---

[1] Anhang III, S. 106
[2] http://www.handelsblatt.com/finanzen/vorsorge-versicherung/nachrichten/mehmet-goeker-auf-zuruf-zahlen-die-versicherer-millionen/6320384-3.html, 19.03.14
[3] http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-75261474.html, 19.03.14
[4] §12 VII VAG

Das Spannungsfeld zwischen Vermittler, Versicherer und Kunde wird jedoch auch durch weitere Faktoren belastet. Die Vertriebskosten sind insgesamt gestiegen: „[S]eit 2005 in der Sachversicherung um ca. 10%, in der Lebensversicherung um ca. 13%.“[7] Diese Entwicklung steht allerdings dem immer niedrigeren gesamtwirtschaftlichen Zinsniveau entgegen. Versicherer zahlen demnach unverändert Provisionen, welche über die Prämiensumme eines Vertrages berechnet wird. Wenn jedoch der Ertrag aus dem Vermögen der Versicherer geringer wird, erfolgt keine Anpassung der Provisionen. Man kann lediglich mit weniger abgesetzten Produkten rechnen, weil die Anlageprodukte einer Versicherung insgesamt unattraktiver werden, was beim Vermittler langfristig auch Provisionseinbußen bewirkt.

Dies ist zudem ein weiterer Einflussfaktor der klassischen Vorsorgeprodukte, wie Lebens- und Rentenversicherungen. Durch das abgesenkte Zinsniveau wird der Vertrieb solcher Produkte aufgrund der sinkenden Rentabilität nach Kosten und Inflation schwieriger. Kunden sind dagegen durch die Nutzung moderner Informationsmedien deutlich aufgeklärter und vergleichen Preise und Leistungen, bevor sie sich für ein Versicherungsprodukt entscheiden.[8] Dies bestätigt sich durch den Kundenwunsch nach flexiblen Produktlösungen.

Der demografische Wandel verschärft zudem die Kosten-Erlös-Situation der Versicherer. Zinsgarantien, die vor Jahrzehnten gegeben wurden, müssen im aktuellen Niedrigzinsumfeld, verbunden mit einer verminderten Anzahl an abschlussbereiter junger Kundschaft, geleistet werden.

Diese Umstände werden für den Versicherungsmakler durch ein sukzessiv erweitertes Haftungsspektrum zusätzlich verschärft. Er sieht sich in der aktuellen Situation einem Wettbewerb durch mehrere Seiten ausgesetzt: Versicherer sind bestrebt, ihre Vertriebskosten zu verringern und fordern gleichzeitig einen stärkeren Absatz der „schwächelnden“ Vorsorgeprodukte. Der

---

[5] D.h., dass bei einer Kündigung innerhalb der ersten fünf Jahre der Vermittler die im Voraus erhaltene Provision zeitanteilig zurückzahlen muss.
[6] §80 V VAG
[7] Oliver Wyman GmbH, (2013), S. 2
[8] Vgl. Bohn, (2013), S. 21