

Eine Frage hören Versicherungsmakler häufig, aber nicht gern: „Was haben Sie eigentlich an neuen Produkten, und wie entwickeln sich Ihre Prämien?“ Denn dann ist klar, dass sie ihr Geschäftsmodell von Grund auf erklären müssen. Ein standardisiertes Produktportfolio mit festen Prämienlisten gibt es in der Maklerwelt nämlich nicht. Anders als die Versicherungen selbst – wie Europäische (ERV) oder Elvia – analysieren die Versicherungsmakler zunächst den Leistungsbedarf ihrer Kunden und fragen dann bei einem oder mehreren Risikoträgern an, wer diesen Bedarf erfüllen kann. Und das zu möglichst günstigen Prämien. „Wir sind Sachwalter der Kundeninteressen und nicht einem einzelnen Versicherer verpflichtet“, fasst TAS-Geschäftsführer Peter Hamburger zusammen.

**Dabei beschränkt sich** das Leistungsspektrum der Makler nicht auf die Reiseversicherung. Auch Haftpflicht-, Sach- und Personenschaden- oder Krankenversicherungen sowie Spezialversicherungen aller Art können zu individuellen Konzepten für die einzelnen Segmente der Touristikbranche zusammengeschnürt werden.

An der klassischen „Reiserücktritt“ scheiden sich allerdings die Geister: Während Europäische und Co ihre Produkte über Veranstalter und Reisebüros verkaufen, konnten die Makler für diese Leistung bislang lediglich die Veranstalter als Kunden gewinnen.

Und die scheinen derzeit so richtig auf den Geschmack zu kommen. Ob TUI, Alltours, Schauinsland, Vtours, RUF oder OFT Reisen – sie alle haben in letzter Zeit ihre Reiseversicherungsverträge mit einem Mak-

ler abgeschlossen. Heißt das, das Geschäftsmodell der Spezialversicherer bröckelt? Sind die Makler die besseren Versicherer? Erstens: Makler sind Makler und keine Versicherungen, darauf legen sie größten Wert. Und zweitens: Der aktuelle Run der Veranstalter auf das Maklermodell ist eigentlich ein Run auf einen neuen Marktteilnehmer.

**Denn die Szene** der Versicherungsmakler ist in diesem Jahr ordentlich in Bewegung geraten. Der jahrzehntelange Platzhirsch Touristik Assekuranz Service (TAS) hat Anfang 2008 eine spürbare Konkurrenz bekommen, und zwar in mehrfacher Hinsicht. Nicht nur, dass sich Helmut Deininger, ehemals Vertriebsleiter der ERV-Tochter TAS, mit dem Makler der Touristik (MdT) im gleichen Geschäftsfeld selbstständig gemacht hat. Er hat auch gleich neun Mitarbeiter seines früheren Arbeitgebers mit in die Zentrale nach Dreieich genommen.

Bereits nach wenigen Monaten kam das böse Erwachen für die TAS-Chefs Alexander Piwonski und Peter Hamburger: Eine ganze Reihe von Kunden, darunter Veranstalter-Schergewichte wie Alltours und Schauinsland, wechselten zu MdT. Und nicht nur das. Zulauf bekam der neue Makler auch vom Marktführer TUI, der vorher mit der Europäischen verbunden war. Außerdem haben sich Vtours und RUF Jugendreisen für den Newcomer entschieden.

Klar, dass die früheren Kollegen von Helmut Deininger not amused sind. Wird ihnen unter der Hand doch gern mal unterstellt, als Tochterunternehmen der Europäischen Reiseversicherung nicht ganz neutral agieren zu können. „Kompletter Unsinn“, sagt dazu TAS-Chef Hamburger. „Unsere Mutter redet uns nicht ins Tagesgeschäft rein. Und wir wären doch keine Makler, wenn wir nicht unabhängig wären.“ Auf diese Unabhängigkeit pocht derweil auch Deininger, obwohl sein MdT mehrheitlich zum R+V-Konzern gehört. Ganz ohne schergewichtige Beteiligung kommt dagegen der Drit-