

Die neuen Mitspieler

Wie Makler das Reiseversicherungsgeschäft beleben

Frankfurt. Es war schon ein Coup, als der Versicherungsmakler MDT im vergangenen Jahr das Reiseversicherungsgeschäft von TUI von der Europäischen übernahm. Seither kommen die Reiseversicherungen im TUI-Kataloggeschäft von einem Konsortium unter Federführung der R+V, der Muttergesellschaft von MDT. Seit seinem Start im April 2008 hat der neue Makler, zu zwei Dritteln in R+V-Besitz, gut 120 Veranstalter und 50 Reisebüros als Kunden gewonnen, darunter Große wie Alltours oder Schauinsland. Insgesamt betreut MDT derzeit ein Prämienvolumen von rund 24 Millionen Euro. Zum Vergleich: Marktführer Europäische kommt auf ein Prämienvolumen von rund 230 Millionen Euro im Jahr, die Hanse-Merkur, Nummer drei im Markt, auf etwa 90 Millionen Euro.

Die derzeit drei auf die Touristik spezialisierten Versicherungsmakler TAS, Kaera und MDT sind überzeugt, dass der Markt noch einiges an Geschäft für sie bereithält. Kaera zum Beispiel hat bereits den Fuß bei Thomas Cook und Expedia mit der Insolvenzabsicherung in der Tür und gerade zum Januar 2009 Ikarus Tours als Kunden im Bereich der Reiseversicherung gewonnen. Dabei kommen die Rücktritts-, Kranken- und sonstigen Versicherungen oft von mehreren Anbietern, im Falle Ikarus etwa von HDI Gerling, Europ Assistance oder ACE European Group. Die Abwicklung und Betreuung allerdings läuft über Kaera.

Aus Sicht der Makler ist dieses Modell in der Reisebranche noch stark ausbaufähig. „Im gewerblichen Bereich verlassen sich bereits wesentlich mehr Kunden nicht mehr auf einen einzel-

nen Versicherer, sondern auf einen Makler ihres Vertrauens“, sagt Kristina Düring von MDT. Diese Entwicklung werde auch in der Touristik weiter zunehmen.



Gerhard Lorkowski, Geschäftsführer von Kaera, will den Kunden maßgeschneiderte Produkte bieten.



Immer mehr Kunden verlassen sich auf einen Makler ihres Vertrauens, weiß Kristina Düring von MDT.

Die Gründe dafür haben die neuen Mitspieler auch gleich parat: „Als Makler analysieren wir die Bedürfnisse der Kunden neutral und bieten so maßgeschneiderte, individuelle Produkte“, wirbt Gerhard Lorkowski, Geschäftsführer von Kaera. Man könne gleichzeitig eigene Versicherungsprodukte anbieten und dennoch andere Versicherer empfehlen, falls deren Produkte besser zum Kundenbedürfnis passten, so Lorkowski.

Düring von MDT nennt konkrete Beispiele: Betreibt ein Veranstalter etwa eigene Anlagen im Ausland, hat eigene Reiseleiter im Einsatz, bietet Pferdereiten an oder besitzt sogar eine eigene Insel, treten hier unterschiedliche Risiken auf, die auch individuell abzuschließen sind. Hierzu arbeitet MDT mit insgesamt 21 Versicherern zusammen. Nicht unüblich

sind auch Konsortien aus mehreren Versicherern, die sich ein Risiko teilen, das ein einzelner Anbieter nicht oder nur zu hohen Prämien übernehmen würde.

In solchen Fällen kann sich für MDT auch die Nähe zur Mutter R+V auszahlen. Denn falls sich einmal für ein spezielles Risiko absolut kein Versicherer findet, steht immer noch die R+V zur Stelle, um ein passendes Produkt zu schneiden. „Somit können wir für wirklich jedes Risiko ein Produkt anbieten und müssen keinen Kunden ablehnen“, wirbt Düring.

Einen weiteren Vorteil sehen die Makler darin, dass sie ausschließlich im Interesse ihrer Kunden tätig sind: Denn während ein Versicherer kaum von sich aus Prämien senken wird, so das Argument der Makler, beobachten sie permanent den

Markt und versuchen Preisvorteile für ihre Kunden herauszuholen – und das für Letztere völlig ohne Kosten.

Doch müssen, wenn sich ein zusätzlicher Mittler in die Kette einschaltet, der seine Leistung bezahlt sehen will, nicht am Ende zwangsläufig die Versicherungsprämien steigen? Das Argument weiß Düring zu entkräften: Die Makler nehmen den Versicherern sehr viel Arbeit ab, so Düring, ob im Außendienst oder im Backoffice. Diese eingesparten Kosten rechtfertigten das Honorar des Maklers. Am Ende, so scheint es, ergibt sich durch die Makler für alle Beteiligten eine Win-win-Situation. Düring ist jedenfalls überzeugt, dass der Markt für die Spezialmakler noch deutlich wachsen wird.

Jürgen Baltes