

Frankfurt am Main – Die wachsende Globalisierung lässt den Geschäftsreisemarkt boomen. Auch Reiseversicherungen profitieren davon.

Den Umfang dieses Wachstumsmarktes belegen Zahlen des Verbandes Deutsches Reisemanagement (VDR): Danach gaben Unternehmen in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika 2007 rund 450 Milliarden Euro für Reisen aus – wovon allein auf Deutschland, Frankreich und Großbritannien 130 Milliarden Euro entfielen.

Kein Wunder, dass Reiseversicherungen längst auch die Spur auf dem Geschäftsreisemarkt aufnehmen. Die strategische Ausrichtung ihres Hauses zielt „konzentriert darauf ab, durch umfassende Lösungsangebote an diesem Wachstum zu partizipieren“, sagt beispielweise **Monika Reitsam-Rieger** von Elvia.

Basierend auf dem „One call does it all“-Prinzip sei man mit dem Produkt Business Travel Assist in der Lage, sämtliche Lösungen, Versicherungs- und Assistance-Leistungen aus einer Hand anzubieten. Das Resultat sei „ein leistungsfähigerer und besserer Qualitäts-Service für die Reisenden und reduzierte Kosten für die Unternehmen“.

Dabei fokussiert das Münchner Unternehmen die Produktausrichtung weiter im Bereich Jahres-Reiseschutz. Dieser rechne sich einmal für die Kunden, so Reitsam-Rieger. Zum anderen profitiere davon auch das Reisebüro, da die Jahrespolice mit jährlich gleich bleibend hohen Folgeprovisionen vergütet wird, „egal wo der Kunde künftig seine Reise bucht.“

Bei der Europäischen Reiseversicherung reicht die Palette der Angebote für Geschäftsreisende von der Dienstreise-Versicherung bis zum Business-Komplettschutz für Dienst- und Geschäftsreisen und dem Jahres-Business-Krankenschutz. Dieses Geschäftsfeld entwickelt sich laut **Thomas Bartels**, Leiter des Bereichs Firmenkunden und Kooperationen, „sehr zufriedenstellend“, der Anteil am Gesamtvolumen liege inzwischen „knapp im zweistelligen Prozentbereich.“

Auch für die Hanse Merkur Reiseversicherung hat das Segment der Geschäftsreisenden einen „hohen Stellenwert“. Gegenwärtig, so Bereichsdirektorin Vertrieb **Claudia Beckord**, würden „rund 31 Prozent der Beitragseinnahmen im nichttouristischen Bereich erzielt“. In Hamburg geht man davon aus, dass dieser Anteil im Zuge der fortschreitenden Globalisierung weiter wachsen wird.

Speziell für diese Klientel hält Hanse Merkur den gerade neu entwickelten Tarif „Hanse-Global“ bereit. Dieses Produkt ist laut Beckord für Geschäftsreisen von einem Tag bis zu fünf Jahren einsetzbar. Zudem biete es in der leistungsstärksten Premium-Variante einen Deckungsumfang, der einem KV-Vollversicherungsschutz sehr nahe komme.

Bei der Kaera Industrie- und Versicherungsmakler Gesellschaft werden die Geschäftsreise-Versicherungen laut Geschäftsführer **Gerhard Lorkowski** „in die großen Transport-Policen oder Firmenunfallpolicen der Kunden eingebettet“. Allerdings sei der Geschäftsreise-Versicherungsmarkt „besonders im mittelständischen Bereich sehr umkämpft und schwierig“, da viel über die Auslands-krankenversicherung mit abgedeckt werde. Kaera könne aber durch „die Flexibilität des Portfolios jederzeit auf Wunsch ein Sonderprodukt zum Thema Geschäftsreisen anbieten“.