

Pressestimmen über Hoesch & Partner

Medium

PERFORMANCE

Datum/Ausgabe

1+2/2010

Vertrieb | Unternehmensporträt

Das Hoesch & Partner Erfolgsrezept: Kümmern

Versicherungsmakler lieben ihre Unabhängigkeit. Die brauchen sie, um Kunden gut beraten und deren Interessen gegenüber Versicherungsunternehmen wahrnehmen zu können. Der Frankfurter Versicherungsmakler Hoesch & Partner sieht die Chancen in der Krise.

Auf den Punkt gebracht

- Hoesch & Partner konzentriert sich auf Risiko- und Vorsorgeversicherungen.
- Die Auswirkungen der EU-Vermittlerrichtlinie auf den Vermittlermarkt sind nach Einschätzung von Hoesch & Partner gering.
- Das Unternehmen will weiter wachsen und seine Aktivitäten ausweiten. Dafür werden qualifizierte Mitarbeiter gesucht.

Wenn man sich richtig um seine Kunden kümmert, kann man sehr erfolgreich sein.“ Mit dieser eher unpräzisen klingenden Philosophie hat Inhaber und Geschäftsführer Carlos Reiss (48) das Maklerunternehmen Hoesch & Partner zu einem der zehn größten inhabergeführten Versicherungsmakler in Deutschland gemacht. 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kümmern sich am Firmensitz im Frankfurter Westend um die rund 60.000 Kunden. Die meisten davon sind Privatkunden. Das Unternehmen ist weiter auf Wachstumskurs. Der größten Krise der jüngeren Wirtschaftsgeschichte zum Trotz geht Reiss davon aus, dass sich sein Unternehmen auch in diesem Jahr weiter positiv entwickeln wird. „Geld ist bei den privaten Kunden vorhanden. Die Frage ist nur, inwieweit dieses Geld tatsächlich in Vorsorgeprodukten angelegt wird“, weiß Carlos Reiss und benennt damit eines der grundsätzlichen Probleme, mit denen Versicherer und Vermittlerbranche derzeit konfrontiert sind. Im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise und mit der Erfahrung von Verlusten bei Geldanlagen halten sich viele Verbraucher bei der Anlage ihres Vermögens zurück. Viele Finanzdienstleister mühen sich daher zurzeit mit ganz unterschiedlichen Strategien, das Vertrauen der Kunden zurück zu gewinnen. Hoesch & Partner konzentriert sich auf Risiko- und Vorsorgeprodukte auf der Basis von Versicherungslösungen. Geschlossene Fonds und risikoreiche Anlageprodukte vermitteln die Makler von Hoesch & Partner nicht.

Trotz der Konzentration auf das Versicherungsgeschäft bekommen die Vermittler von Hoesch & Partner in der täglichen Vertriebspraxis das grundsätzliche Misstrauen der Kunden gegenüber Finanzanlagen jeglicher Art zu spüren. Sie müssen ihren Kunden immer wieder erklären, dass es bei Vorsorgeversicherungen zwar auch um das Thema Geldanlage geht, dass die Versicherer jedoch sehr viel konservativer und sicherheitsbewusster agieren als Banken und dass die Absicherung biometrischer Risiken wie Berufsunfähigkeit oder Tod trotz der Finanzkrise eine existenzielle Notwendigkeit darstellt.

Ein Thema, das die Kunden besonders bewegt, sei die Absicherung der Langlebigkeit, so Reiss. Gerade wegen der Finanzkrise sei eine entsprechende Versicherung noch notwendiger geworden. Insbesondere bei älteren Kunden sei es jetzt wichtig, Angebote für sofort beginnende Rentenversicherungen unterbreiten zu können. Diese Kunden schätzten die Sicherheit, die vertraglich vereinbarte Summe lebenslang als Rente beziehen zu können.

Kritik an der Versicherungswirtschaft

Wer als Kunde die Dienste eines Maklers in Anspruch nimmt, kann darauf vertrauen, dass der Vermittler unabhängig ist. Diese Unabhängigkeit gegenüber den Produktgebern zu

Pressestimmen über Hoesch & Partner

Medium

PERFORMANCE®

Datum/Ausgabe

1+2/2010

Unternehmensporträt | Vertrieb

wahren, erschöpft sich nicht allein in der Freiheit der Wahl der Anbieter und Produkte, sondern erfasst auch die Vertriebsbeziehung zwischen Makler und Versicherer. Viele Versicherer haben derzeit den Weg eingeschlagen, möglichst viel von ihrer Verwaltungsarbeit auf die Makler abzuwälzen, kritisiert Carlos Reiss. Er hofft, dass dies sich eines Tages mal wieder ändern wird. Schließlich gehe es um einen klaren Arbeitsteilung: Die Makler zeichneten sich durch ihre vertriebliche Kompetenz aus, die Versicherer seien Risikoträger und Produktgeber und damit auch für die Verwaltung zuständig.

Auch auf den Service der Versicherungsunternehmen könnten sich die Makler häufig nicht verlassen, so Reiss. Umfangreiche Umstrukturierungsmaßnahmen bei den vielen Versicherern, die Nachwehen der Novellierung des Versicherungsvertragsgesetzes sowie die Auswirkungen von Fusionen führten nicht selten dazu, dass Makler in den Endlos-Telefonwarteschleifen der Service-Center landen und auf Kundenanfragen letztlich keine Antwort bekommen. Außerdem nehme die Vielfalt und Komplexität der Produkte im Markt stetig zu. Carlos Reiss fordert, dass Versicherungsunternehmen ihre Produkte künftig wieder einfacher, transparenter und damit kundenfreundlicher gestalten. Dies würde es auch den Vertrieben erleichtern, mehr Versicherungsprodukte zu vermitteln.

Skeptisch ist Carlos Reiss auch, was die Auswirkungen der die EU-Vermittlerrichtlinie auf den Markt betrifft. Was mit der Vermittlerrichtlinie neu eingeführt wurde, sei im Hause Hoesch & Partner schon immer Standard gewesen. Für die Kunden habe die Vermittlerrichtlinie auch keinen nennenswerten Fortschritt gebracht. Zwar sei es für all jene etwas schwieriger geworden, die es vorrangig auf das schnelle Geschäft abgesehen haben. Doch das deshalb die „Schwarze Schafe“ aussterben werden, glaubt Carlos Reiss nicht. Bei einigen großen Vertrieben, deren Mitarbeiter nicht alle über die nunmehr gesetzlich geforderte Qualifikation verfügen, würden eben diese Mitarbeiter dennoch weiter Kunden beraten. Der Unterschied zu den Zeiten vor Inkrafttreten der Vermittlerrichtlinie: Die Mitarbeiter unterschreiben die Versicherungsanträge nicht mehr selbst, sondern das tun nunmehr ihre Vorgesetzten, die über die nötige Qualifikation und Zulassung verfügen. Häufig wüssten dies auch die Versicherer, die an dieser Stelle manches Mal ein Auge zudrücken, weil für sie der Umsatz wichtiger sei als die Qualität des Geschäfts, moniert Reiss.

Provision oder Honorar

Wenngleich Carlos Reiss der EU-Vermittlerrichtlinie nur begrenzte Wirkungen auf den Markt attestiert erwartet er, dass



Carlos Reiss ist Geschäftsführer und Mitinhaber der Hoesch & Partner GmbH und Dozent für Versicherungsbetriebslehre u.a. an der European Business School (ebs), Oestrich-Winkel.

eine Abschaffung der Provisionierung von Versicherungsverträgen bei gleichzeitiger Einführung von Beraterhonoraren den Markt „richtig durchrütteln“ könnte. „In dem Moment, wo Kunden etwas zahlen müssen, werden sie eine ganz andere Qualitätsanforderung an den Vermittler stellen“, da ist sich Carlos Reiss sicher. „Wenn man sich von jemandem gegen Geld beraten lässt, dann möchte man echte Qualität haben. Derzeit werden Versicherungsvermittler diesem Anspruch vielfach nicht gerecht.“

Doch Reiss sieht auch die Probleme. Wenn Kunden auf Honorarbasis kaufen, könnte sich die Frage stellen, ob sie auch bereit wären, ein Honorar zu zahlen, das die eigentliche Versicherungsprämie übersteigt. Bei Hoesch & Partner bezweifelt man, dass die Kunden dazu bereit sind, ebenso dass Versicherungsprodukte durch die entfallende Provision günstiger werden könnten. Die Umstellung werde jedoch nicht nur Veränderungen für die Vermittler bzw. Berater bringen. Auch auf die Versicherungsunternehmen würden neue Herausforderungen zukommen. Ähnlich wie im Einzelhandel könnte es zwischen Anbieter und Vermittler zum Beispiel Jahresgespräche geben, bei denen dann keine Provision, sondern etwa ein Bürokostenzuschuss vereinbart würde, dessen Höhe von der Menge der vermittelten Versicherungsverträge abhängen könnte.

Carlos Reiss sieht Hoesch & Partner auf einem guten Weg. Das Unternehmen wolle weiter wachsen. Zuletzt hat das Unternehmen eine Niederlassung in Düsseldorf gegründet. Weitere Standorte sind in Hamburg und in München geplant. Reiss sucht daher zurzeit bundesweit nach qualifizierten Mitarbeitern, die sich um den wachsenden Kundstamm kümmern.

Birgit Bruns