

Maßstab für private und gewerbliche Deckungskonzepte

Deckungskonzepte gibt es viele am Markt. Doch die Leistungen unterscheiden sich zum Teil erheblich. Worauf der Makler achten sollte

■ Maklerpools und Konzeptanbieter finden sich in Deutschland reichlich. Die Spreu trennt sich vom Weizen spätestens dann, wenn man die angebotenen Eigenprodukte analysiert und hinterfragt. Einer der führenden Anbieter eigener Deckungskonzepte der privaten Sachversicherung ist die degenia Versicherungsdienst AG. „Die Bezeichnung ‚eigene Konzepte‘ steht bei uns dafür, dass wir ein eigenes Bedingungsnetz, eine eigene Prämienkalkulation und damit auch die Verantwortung für den Ertrag eines Produkts zugrunde legen“, erläutert Vertriebsleiter Frank Löffler das Erfolgsgeheimnis.

„Unsere Partner schätzen an unseren Produkten die sehr umfangreichen Leistungen, die fairen Prämien und die tagesaktuelle Dokumentierung“



Frank Löffler
Vertriebsleiter
degenia Versicherungsdienst AG

Aktuell bietet die degenia eigene Produkte in den Sparten Privathaftpflicht, Tierhalterhaftpflicht, Hausrat, Wohngebäude, Unfall und Rechtsschutz. Aufbauend auf das Privathaftpflichtkonzept werden auch Bauherren-, Gewässerschaden- und eine Haus- und Grundbesitzerhaftpflichtversicherung offeriert. Nicht zu vergessen das erste eigene Produkt der degenia: Lady Mobil, ein Sonderkonzept im Bereich der Kraftfahrversicherung für geschiedene und getrennt lebende Frauen. Dieses Konzept

wird bereits im zwölften Jahr mit demselben Risikoträger (Itzehoer Versicherung) fortgesetzt.

Eigene Bedingungen und Prämienkalkulationen

Die degenia beschäftigt eine Produktentwicklerin, deren Aufgabe darin besteht, den Markt zu beobachten, Änderungen und Neuerungen frühzeitig zu erkennen und, wenn sinnvoll, in die Konzepte einzubringen. Darüber hinaus entwickelt die Mitarbeiterin auch neue Produkte wie zum Beispiel die kommende Tarifvariante Flex oder die Reiterunfallversicherung. Aktuell werden die Leistungen im besten Fall bis zu zweimal pro Jahr angepasst. Seit der Tarifgeneration deg-001 besteht eine Innovationsklausel in den Bedingungen. Dadurch wird garantiert, dass alle Kunden in den Genuss der besseren Leistungen kommen. Durch das Schadensquotenmanagement und die enge Kommunikation mit den Risikoträgern kann sichergestellt werden, dass die Schadenskosten und damit auch die Prämienkalkulation nicht aus dem Ruder laufen. „Nichts ist schlimmer, als ein Konzept aufgrund von Schadenshäufigkeit aus dem Vertrieb nehmen zu müssen“, erklärt Löffler. „Gott sei Dank müssen wir uns darum keine Sorgen machen“, so der Vertriebschef weiter. Aktuell liege die Gesamtschadensquote der degenia-Konzepte unter 55 Prozent.

Durch ein modernes Verwaltungssystem können auffällige Verträge frühzeitig selektiert und den Kunden ein individuelles Sanierungsangebot unterbreitet werden. In Verbindung mit dem degenia-Schadensfreiheitssystem ist damit allen Parteien geholfen. Dem Makler, dem Kunden, der degenia und nicht zuletzt dem Risikoträger.

Highlights der Deckungskonzepte

Die Vertriebspartner schätzen an den degenia-Produkten die



sehr umfangreichen Leistungen bei trotzdem sehr fairen Versicherungsprämien für den Mandanten. Die Möglichkeit, das Produkt durch die drei verfügbaren Produktlinien basic, classic und premium an den speziellen Bedarf des Mandanten anzupassen, wird ebenfalls sehr gut angenommen. Das erwähnte Schadensfreiheitssystem mit Verzicht auf die vereinbarte Selbstbeteiligung nach drei schadensfreien Jahren und die in den Bedingungen verankerte Innovationsklausel tragen ein Übriges zur Haftungssicherheit unserer Vertriebspartner bei der Vermittlung von degenia-Produkten bei. Löffler weiß, wo er im Markt steht: „Auch auf der Leistungsseite stellen wir uns gerne dem Vergleich mit dem Wettbewerb. Sei es die Deckungssumme von 15 Millionen Euro in der Privathaftpflicht (premium), der Einschluss von Aufhebungsvereinbarungen in der Rechtsschutzversicherung oder die Maximalentschädigung von drei Millionen Euro in der Wohngebäudeversicherung: degenia-Produkte sind ihren Preis wert!“

Unterstützung der Vertriebspartner

Den Vertriebspartnern wird eine Vielzahl von Leistungen rund um die degenia-Produkte zur Verfügung gestellt. Neben den umfangreichen Vergleichs-

rechnern mit Leistungsvergleichen, einem automatisch generierten Beratungsprotokoll und der Möglichkeit, die Verträge online per Mausklick abzuschließen, sind minutenaktuelle Zugriffe auf alle Kunden- und Vertragsdaten selbstverständlich. Aktuell sind mehr als 2,3 Millionen pdf-Dokumente im Internet verfügbar! Auch der Zugriff

auf verschiedene Gesellschaftsportale und die gesellschaftsspezifischen Softwareangebote wird selbstverständlich geboten. „Die tagesaktuelle Dokumentation der degenia-Produkte ist sicherlich ein Highlight unseres Unternehmens“, frohlockt Löffler, „Anträge, die bis 12 Uhr bei uns eingehen, werden garantiert noch am selben Tag an Kunde und Vertriebspartner versandt. Zur Zeit versenden wir über 4.000 Policen pro Monat.“

Auch das Tochterunternehmen, die DMU Deutsche Makler Union GmbH, und die über diese Plattform angebotenen Leistungen werden sehr gut angenommen. Über die DMU erhalten Makler Zugriff auf eine Vielzahl von Gesellschaften und deren Produkten. In den Bereichen der privaten Vorsorge, der privaten Krankenversicherungen und der gewerblichen Sachversicherungen wird der Service so zukünftig über umfassende Kooperationen und Beteiligungen an starken Partnern weiter ausgebaut.

„Sie sehen, wir bieten eine Vielzahl von Leistungen und Services, und das Beste daran ist, dass diese Leistungen unseren Partnern kostenfrei zur Verfügung stehen“, erklärt Löffler und freut sich auf eine langfristige und gute Zusammenarbeit. 