

1:1 Assekuranzservice AG

„Unabhängigkeit ist das wichtigste Gut“

Auf zwei Grundprinzipien legt Jürgen Afflerbach besonderen Wert, wenn es um die Definition seines „unternehmerischen Zöglings“, der 1:1 Assekuranzservice AG, geht: Höchster Servicestandard und absolute Produktunabhängigkeit. Gerade das zweite Prinzip ist für den Geschäftsführer des Augsburger Dienstleisters für unabhängige Makler eine *conditio sine qua non*, eine unabdingbare Voraussetzung für den Erfolg.

Denn die vor allem auch als Reaktion auf die Herausforderungen der Vermittlerrichtlinie ins Leben gerufene Dachlösung für unabhängige Makler, die Vermittlern Zukunftssicherheit in einem sich stark verändernden Beratermarkt sichern soll, ist aus der „Innovationskammer“ eines großen deutschen Versicherers hervorgegangen. Die 1:1 Assekuranzservice AG ist eine Gründung der Münchner WWK Versicherungsgruppe. Dass dieses Mutter-Tochter-Verhältnis im Markt auf die Ansicht stoßen könnte, die Augsburger seien ein Vehikel der WWK, ihren Umsatz über die der 1:1 Assekuranzservice AG angeschlossenen Vermittler anzukurbeln, ist Alleinvorstand

Jürgen Afflerbach durchaus bewusst, wie er im Gespräch mit KURS betont. Umso wichtiger ist ihm die Vermittlung der Firmenphilosophie, die eine strikt anbieterneutrale und nach strengen Qualitätskriterien getroffene Produktauswahl garantiert. „Wenn im Markt der Eindruck entstünde, wir würden in einem Abhängigkeitsverhältnis zur WWK stehen, dann hätte sich unser Geschäftsmodell in kürzester Zeit erledigt“, fasst Afflerbach zusammen, warum Unabhängigkeit für den Dienstleister das wertvollste Gut überhaupt darstellt.

„Unsere Vertragspartner, deren Zahl sich seit dem Unternehmensstart im September auf mehr als 230 erhöhte, können



© imagesource

sich darauf verlassen, dass die ihnen zur Vermittlung empfohlenen Produkte in den 144 unterschiedlichen Produktkategorien von einem unabhängigen Research-Team – von deren Mitgliedern keiner eine WWK-Vorgeschichte hat – strikt nach objektiven Qualitätskriterien ausgesucht werden“, versichert Afflerbach. Für die Top-5-Bewertungen in dieser Auswahlliste übernimmt die 1:1 Assekuranzservice AG bei Vermittlung das Haftungsrisiko. „Würden wir hier nicht korrekt arbeiten, dann lasteten wir uns ja selber ein hohes Haftungsrisiko auf“, verdeutlicht Afflerbach einen einleuchtenden Grund, der für Markt- und Produktneutralität spricht. Hinterlegt sind die Empfehlungen zudem mit genau definierten und nachvollziehbaren qualitativen Auswahlkriterien sowie den jeweiligen Produktkonditionen. Mit dem gewählten „Best-Advice-Ansatz“ bleibe die Unabhängigkeit der Vermittler gewahrt, versichert Afflerbach. Zwar zeige die Erfahrung, dass 95 Prozent des Umsatzes auf die jeweiligen Top-5-Bewertungen entfielen, gleichwohl könnten die angeschlossenen Makler ihren Kunden aber auch jedes andere Produkt aus



Jürgen Afflerbach ist seit dem 1. Mai 2006 Alleinvorstand der in Augsburg ansässigen 1:1 Assekuranzservice AG.

der Gesamtliste vermitteln. Dann allerdings trügen sie auch das Haftungsrisiko selber.

Dass die WWK diesen neuen Vertriebskanal ins Leben gerufen hat, entspringt der pragmatischen Erkenntnis, dass so mancher unabhängige Vermittler in der komplexen Vorsorgewelt von AEG, VVG und Vermittlerrichtlinie zwischen den Mühlsteinen komplexer Beratungsanforderungen, bürokratischer Dokumentationspflichten und Haftungsrisiken zerrieben und schließlich zur Unternehmensaufgabe gezwungen werden könnte. Die Ausdünnung des Vermittlermarktes, so Afflerbach, habe im Stillen ja schon begonnen. „Rund ein Drittel der freien Vermittler“, so seine Schätzung, „ist seit 2004 entweder vom Markt verschwunden oder lebt nicht mehr in erster Linie vom Produktverkauf.“

Wer sich allerdings jetzt in der voraussichtlichen Endphase der, so Afflerbach, „turbulentesten drei Jahre in den vergangenen 100 Jahren Assekuranzgeschichte“ organisatorisch gut aufgestellt zeigt und die wachsenden bürokratischen Aufgaben meistert, ohne die Kernaufgabe des Beratens zu vernachlässigen, der habe gute Chancen im ausgedünnten Vermittlermarkt, in dem sich dann die Spreu vom Weizen getrennt habe. Dabei seien Zeit- und Qualitätsgewinn entscheidende Faktoren für den unternehmerischen Erfolg. Zu beidem will die 1:1 Assekuranzservice AG dem angeschlossenen Makler verhelfen, indem sie für ihn unter dem Aspekt des günstigsten Preis-/Leistungsverhältnisses die Top-Angebote herausfiltert und mit der notwendigen Bearbeitungs- und Archivierungssoftware verfügbar macht.

Dass die nach harten Qualitätskriterien aufgestellte Auswahlliste die Entscheidungsfreiheit der Vermittler einschränkt, sieht Afflerbach nicht. Eher sei das Gegenteil der Fall, denn welcher mittelständische Makler könne schon den gesamten Angebotsmarkt im Auge

behalten und damit auch sicher sein, das optimale Produkt für den jeweiligen Kundenbedarf ausgesucht zu haben. Deshalb sollte man die Vorauswahl positiv als professionell ermitteltes Best-Advice-Angebot sehen, das den Berater vielleicht sogar noch ein Stück freier gegenüber der Einflussnahme einzelner Produktanbieter mache.

Dass manch ein Produktanbieter mit Skepsis die Aktivitäten der neuen Gesellschaft verfolgt, kann Afflerbach sogar nachvollziehen. „Dennoch hat sich die Zahl der mit uns zusammen arbeitenden Versicherungsunternehmen auf knapp 50 erhöht“, erklärt er. Zudem Sorge die Kooperation mit einem Maklerpool dafür, dass das Angebot der Augsburger im Produktsektor quasi alle relevanten Produkte in allen Versicherungskategorien einschließe.

Wichtig in einem Markt, der nicht nur von wachsender Komplexität sondern auch von einer sich immer schneller drehenden Innovationsspirale geprägt ist. „Wer hier die turbulenten Jahre erfolgreich meistern will, der muss sich mehr denn je auf seine Kernaufgabe, das Verkaufen, konzentrieren können“, meint Afflerbach. „Dass Aufwand und Ertrag bei den Qualitätsvermittlern – und mit denen wollen wir zusammenarbeiten – in einem guten Verhältnis zueinander stehen, dazu wollen wir durch individuellen Service, den Einsatz hochwertiger Software und gezielte Ausbildungsangebote beitragen. Wenn viele Vermittler aufgrund der hohen organisatorischen Belastungen gerade noch 30 Prozent ihrer Zeit in die Kundenberatung investieren können, obwohl die Beratungsnotwendigkeiten steigen, dann ist das für die gesamte Branche eine alarmierende Entwicklung, der energisch gegenzusteuern ist. Auch und gerade dafür ist die 1:1 Assekuranzservice AG angetreten“, outhet sich Afflerbach als „vertrieblicher Überzeugungstäter“.

George Clegg