

„RICHTIGE FORM DER BERATUNG DES KUNDEN IM MITTELPUNKT“

Charta feierte im vergangenen Jahr ihr 25-jähriges Bestehen. Gleichzeitig hat der Verbund nach dem Ausscheiden von Michael Franke eine strategische Neuausrichtung angekündigt. Cash sprach mit Dietmar Diegel, Vorstand der Charta Börse für Versicherungen AG, und Ralph Meeners, Leiter Versicherungen und Mitglied im Management-Team, über den Umbau und die Folgen der Corona-Pandemie für den Verbund.

Der Charta-Verbund wurde 1994 gegründet und hat im vergangenen Jahr sein 25-jähriges Bestehen gefeiert. Zugleich hatten Sie aber auch eine strategische Neuausrichtung des Verbundes angekündigt. Wo stehen Sie da?

Diegel: Mittendrin. Wir haben zunächst die wirtschaftliche Basis für einen erfolgreichen Weg in die Zukunft gelegt. Parallel dazu arbeiten wir intensiv daran, die Idee, für die unser Verbund seit nunmehr fast 26 Jahren steht, weiter zu schärfen: Die Zusammenarbeit von Unternehmerinnen und Unternehmern, die ihr Wissen und ihr unternehmerisches und fachliches Können miteinander teilen, um so gemeinsam unabhängig und stärker zu sein, als dies allein möglich ist. Im ersten Schritt stand und steht die Konzentration auf die bestehenden Verbundpartner im Fokus; die Intensivierung der Zusammenarbeit und insbesondere die Schaffung zeitgemäßer Plattformen für den Austausch untereinander. Hier geht es darum, die starke vorhandene Basis weiter auszubauen. Im nächsten Schritt werden wir ab Herbst auch gezielt auf neue Partner zugehen. Die Idee, einseitiges Konkurrenzdenken durch eine Zusammenarbeit, von der alle profitieren, zu ersetzen, ist in einem immer komplexer werdenden Umfeld heute mindestens so modern und zukunftsfähig, wie sie schon vor einem Vierteljahrhundert unbestritten war.

Aus wie vielen Partnerunternehmen besteht Charta heute?

Diegel: Wir sind heute knapp 400 Unternehmen – bei einer durchschnittlichen Unternehmensgröße von knapp fünf Mitarbeitenden sind das annähernd 2.000 Menschen, die in der Charta zusammenarbeiten. Traditionell haben wir einen gewissen Schwerpunkt im privaten Kompositgeschäft. Allerdings sind auch das Gewerbegeschäft und das private und betriebliche Vorsorgegeschäft bei uns mit sehr starken Partnern gut vertreten. Eine gewisse Diversität ist in diesem Punkt eine Stärke – durch die Zusammenarbeit der Unternehmen und Unternehmer steht so vielfältiges Wissen und Können innerhalb des Verbunds zur Verfügung.

Sie sind kein Pool. Das betonen Sie. Auf der anderen Seite sehen wir im Markt eine zunehmende Konsolidierung und die

Bereitschaft sich großen Pools anzuschließen. Wie positionieren Sie sich hier?

Meeners: Richtig, die Erkenntnis, nicht alles im Makleralltag allein machen zu können oder zu wollen – und damit die Bereitschaft, Unterstützung zu suchen und anzunehmen – nimmt wie immer in Phasen des Umbruchs weiter zu. Und unsere Branche ist in einem digitalen Wandel, da suchen gerade klein- und mittelständische Makler nach Orientierung. Sicher, dabei können Pools helfen. Aber es ist nicht jedermanns Sache, statt der Direktanbindung „nur noch“ über einen Dritten den Kontakt zum Versicherer und seinem Bestand zu halten. Das ist bei einem Verbund wie Charta, für den die Unabhängigkeit des Maklerunternehmers das höchste Gut ist, anders. Dass Unabhängigkeit dennoch nicht bedeuten muss, mit allen Problemen alleine da zu stehen, zeichnet die Charta aus. Außerdem kann man bei Charta das eine tun, ohne das andere zu lassen: Neben der Charta-Philosophie der Direktanbindung ist es gerade der Ausbau unserer Pooltochter Düsev, den wir für die kommenden Monate weit oben auf die Agenda gesetzt haben. Über die Eigentümerschaft der Makler an der Charta wird Düsev als 100-prozentige Tochter als Pool in Maklerhand ein echtes Alleinstellungsmerkmal im Markt besitzen.

Der Versicherungsmarkt befindet sich im Zuge der digitalen Transformation im Umbruch. Die Corona-Pandemie hat die Beratung und den Vertrieb quasi über Nacht auf eine neue digitale Ebene gehoben. Welche Hilfestellungen bieten Sie Ihren Partnern?

Diegel: Die Nutzung digitaler Kanäle ist ja nicht erst seit Corona da. Ihre Verbreitung hat sich allerdings zugegebenermaßen durch die Pandemie enorm beschleunigt. Entscheidend wird auch in Zukunft sein, bei der Frage nach der richtigen Form der Beratung den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen – und wie digital es die Kunden wünschen, hängt immer auch davon ab, über welche Risikoabsicherung oder welche Vorsorgelösung gesprochen wird. Die Beratung für eine private Haftpflicht- oder Hausratversicherung wünschen Kunden sicher eher digital – bei komplexen Lösungen zur privaten oder betrieblichen

Altersvorsorge erwarten viele Kunden auch heute und morgen noch einen „echten“ persönlichen Kontakt. Wir unterstützen unsere Partnerunternehmen zudem schon immer durch die Bereitstellung digitaler Prozesse – von der Risikoerfassung über Vergleiche bis hin zur Beratungsdokumentation. Insofern konnten wir hier auf bestehende Lösungen setzen. Aber natürlich sind wir auch permanent in Gesprächen mit externen Partnern, um die Charta nachhaltig in einer sich digital transformierenden Welt zu positionieren. Als Verbund unserer Größe und Ausrichtung werden wir uns hier allerdings im Wesentlichen auf exklusive Kooperationen und wichtige Schnittstellen konzentrieren.



Dietmar Diegel: „Die Nutzung digitaler Medien in der Kundenkommunikation als Reaktion auf die Pandemie hat spürbar zugenommen.“



Ralph Meeners: „Jeder unserer Partner wählt sein eigenes, ihm genehmes Maklerverwaltungsprogramm und ist somit Herr seiner Daten.“

Laut einer AfW-Umfrage erwarten die Vermittler Corona-bedingt einen Umsatzrückgang von rund 14 Prozent. Eine Umfrage des BVK zeigt einen Rückgang um rund 20 Prozent. Erhalten Sie ähnliche Rückmeldungen von Ihren angebondenen Maklern und Partnern?

Diegel: Aus den Gesprächen mit unseren Partnerunternehmen höre ich, dass viele bemerkenswert schnell und gut auf die neue Situation reagiert haben. In unseren digitalen Foren konnten wir beispielsweise feststellen, dass die Frequenz der Kommunikation dort merklich zugenommen hat. Auch die Nutzung digitaler Medien in der Kundenkommunikation als Reaktion auf die Pandemie hat spürbar zugenommen. Offensichtlich hat sich hier auch die Binsenwahrheit bestätigt, dass Unternehmer, wie sie in der Charta organisiert sind, lösungsorientiert denken und handeln. Gleichwohl werden wir alle in der kommenden Zeit einiges aufzuholen haben – Stand heute sind die langfristigen Folgen noch nicht vollständig absehbar.

Sie bieten rund 50 Deckungskonzepte an. Wo liegt hier der Vorteil gegenüber den Mitbewerbern?

Meeners: Eines vorweg: Auch wir können nicht zaubern, auch wir überlisten mit den Beständen in den Spezialpolicen nicht die Versicherungsmathematik. Doch die Charta-Makler be-

trachten die Deckungskonzepte als ihre eigenen Konzepte und gestalten und nutzen sie entsprechend mit Augenmaß. Was also zeichnet die Charta-Spezialpolicen aus? Das sind, neben umfangreichen, haftungssicheren Deckungsinhalten zu bezahlbaren Konditionen, die Konzept- und zeitgleiche Bestandspflege durch Charta. Gerade erst haben wir die wichtigsten Spezialpolicen einem Relaunch unterworfen. Dabei wird der Vertragsbestand grundsätzlich einbezogen, auch der 1996 über das Charta-Konzept abgeschlossene Wohngebäude- oder Hausratvertrag erhält automatisch die 2020-er Bedingungen. Das ist ein echter Mehrwert für den Makler. Auch, dass mit Eingang der Deckungsnote beim Versicherer vorläufige Deckung besteht, der VN eine beitragsfreie

Konditionsdifferenzdeckung auf seinen im Zweifel momentan nur mäßig aufgestellten Bestandsvertrag erhält, erleichtern dem Makler das Leben ungemein. Zudem bieten wir unseren Partnern mit der eigenen Software „Beraten & Tarifieren“ einen ausgezeichneten Prozess. Von der Risikoanalyse über einen (Markt-)Vergleich, zum Angebot und Abschluss wird er bis zum intelligenten und individuellen, automatisch generierten Beratungsprotokoll schnell und sicher durch die gesamte TAA-Strecke geführt.

Ein immer wichtigeres Thema im Markt ist die Cybersicherheit. Wie stellen Sie sicher, dass die Bestände und Kundendaten sicher sind?

Meeners: Zunächst einmal gehört zum unabhängigen Unternehmerdasein auch ein Stück Eigenverantwortung. Da wir kein Pool sind, hosten wir keine Bestands- und Kundendaten bei uns. Jeder unserer Partnerbetriebe wählt sein eigenes, ihm genehmes Maklerverwaltungsprogramm und ist somit Herr seiner Daten. Damit ist zuvorderst auch er selbst für die Datensicherheit verantwortlich. Was aber selbstverständlich nicht heißt, dass wir ihn mit Problemen alleine lassen. Wie anfangs erwähnt verfügen wir bei der Charta in Düsseldorf über exzellente Mitarbeiter und die IT-Abteilung ist wie vielerorts auch bei uns die zahlenmäßig stärkste Mannschaft, die bei allen Fragen weiterhilft. Ein interner Jurist und die Kooperation mit externen Fachfirmen auf dem Gebiet der Datensicherheit unterstützen die Kollegen bei der Beantwortung oftmals sehr individueller Fragen. Und für das verbleibende „Restrisiko“ bieten wir unseren Partnern im Rahmen des sogenannten „Makler-Risk-Management“ den Abschluss einer speziell auf ihre Belange zugeschnittenen Cyberdeckung bei einem auf diesem Gebiet marktführenden Versicherer zu vergünstigten Konditionen an.

Das Interview führte Jörg Droste