

Die Macht der Zwischenhändler

Die Geschäfte mit Versicherungen und Fonds stagnieren, die Macht der Pools und Verbände indes wächst. Das ist kein Widerspruch, sondern Teil der Konsolidierung des Maklermarktes. Vor allem die großen Pools wachsen, überleben werden nur wenige.



Auf den Punkt gebracht

- Pools, Verbände und Dienstleister sind für das Überleben vieler Makler unverzichtbar geworden.
- Makler sollten Pools auf ihr Verhältnis zu den Produktgebern, auf Unabhängigkeit der Vertriebspartner, Art und Umfang der Dienstleistungen sowie auf ihre Finanzkraft hin prüfen.
- Der Konsolidierungsprozess unter den Pools und Dienstleistern wird zunehmen.

Maklerpools sind ein typischer Fall für die Situation: „Das hat sich so ergeben.“ Denn „vorgesehen“ im Vermittlerrecht sind sie nicht. Ihre Stellung und ihre Funktion bei der Vermittlung von Versicherungen, Fonds und Finanzprodukten sind nicht definiert. Entsprechend vielfältig sind die Geschäftsmodelle – und manchmal auch entsprechend undurchsichtig. Diese diffuse Situation steht in auffälligem Kontrast zur wachsenden Omnipotenz der Pools. 94 Prozent aller Versicherungsmakler arbeiten inzwischen mit mindestens einem Pool zusammen, ergab die Untersuchung „Maklerpools aus Maklersicht 2011“ des Marktforschungsinstituts YouGovPsychonomics. Das sind deutlich mehr als 2008 mit 81 Prozent und 2009 mit 87 Prozent. Die Zusammenarbeit mit Maklerpools gehöre inzwischen zur Normalität im Makleralltag, so der Befund von YouGovPsychonomics. Durchschnittlich arbeiten Makler mit 2,7 Pools zusammen. 26 Prozent sind nur an einen Makler angebunden, weitere 25 Prozent arbeiten mit zwei Pools zusammen.

Aus verschiedenen Untersuchungen ergibt sich übereinstimmend das Bild, dass es vor allem kleine Maklerunternehmen sind, die mit Pools zusammenarbeiten. Und von denen gibt es immer mehr. Knapp 50.000 Makler waren Mitte dieses Jahres im Vermittlerregister verzeichnet. Die meisten betreiben nicht das ganz große Geschäft, ganz im Gegenteil. Nach dem jüngsten AfW-Vermittlerbarometer machen rund zwei Drittel der Vermittler weniger als 50.000 Euro Gewinn pro Jahr. In der YouGovPsychonomics-Umfrage gaben 27 Prozent der Makler an, keine Mitarbeiter zu beschäftigen, weitere 46 Prozent hatten ein bis drei Mitarbeiter.

Es liegt der Schluss nahe, dass der Zulauf zu den Pools vor allem dadurch zu erklären ist, dass diese umsatzschwache Makler auffangen, die ansonsten die Umsatzanforderungen der Produktgeber nicht erfüllen würden. Erst die im Pool stattfindende Bündelung der Nachfrage ermöglicht Kleinmaklern den Zugang zu den Produkten. Wurde zu Beginn der Novellierung des Vermittlerrechts die Erwartung geäußert, dass

dies zu einer deutlichen Reduzierung der Anzahl der Vermittler führen würde – entsprechende Erfahrungen lagen unter anderem aus Großbritannien vor – kann man in Deutschland davon sprechen, dass die Pools das „Vermittlersterben“ erst einmal verhindert haben.

Doch es ist nicht nur der Produktzugang, der die Pools für die Makler so wertvoll macht. Für rund sieben von zehn Maklern zählt vor allem die administrative Unterstützung der Pools, so ein Ergebnis der Studie von YouGovPsychonomics. Professionelle Vergleichssoftware, Back Office-Dienstleistungen und Unterstützung bei der Dokumentation sind bei vielen Pools kostenlos zu haben – Leistungen, die kleine Makler selber gar nicht mehr erbringen könnten. Verschiedene Untersuchungen bestätigen übereinstimmend, dass die Höhe der Courtage dagegen nicht im Vordergrund des Maklerinteresses für Pools steht, ebenso wenig wie Weiterbildungssupport.

Mehr Transparenz muss sein

An der Macht der Groß- und Zwischenhändler kommt kaum ein Makler noch vorbei. Vor den Gefahren einer Abhängigkeit warnt Rainer M. Jacobus, Vorstandschef der IDEAL-Versicherungsgruppe, der vor dieser Tätigkeit unter anderem Geschäftsführer eines Versicherungsmaklerbetriebes und Vorstand der CHARTA Börse für Versicherungen AG war. Im Vorwort zu der aktuellen Untersuchung „Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2011“ von Sabine Brunotte kommt er zu der Einschätzung, dass mancher Makler sein wichtigstes Gut, die Unabhängigkeit, gefährde. „wenn er zu sorglos mit Pools zusammenarbeitet“. Wer sich vollständig auf die Produktempfehlungen eines Pools verlasse, sei schlecht beraten. Zwar werde das Recht des Maklers am eigenen Bestand meist von den Pools zugesichert, „wenn es aber hart auf hart kommt, der Pool in die Insolvenz schlittert, ist die vermeintliche Garantie häufig wenig wert.“ Auch für die Versicherer ist die Poolkooperation nicht nur von Vorteil, weiß Jacobus. Bei einem hohen Anteil von Geschäften mit einem bestimm-

ten Pool steige die Abhängigkeit, generell gehen der direkte Kontakt des Versicherers zum Makler verloren, latent bestehe das Risiko, dass Pools Makler auffordern, Bestände umzudecken, und generell sei das Poolgeschäft teuer geworden.

„Erschwerend kommt hinzu, dass sowohl für Makler wie auch Produktgeber viele Pools eine Blackbox darstellen“, warnt Jacobus. Viele Pools seien nicht transparent. Beteiligungsverhältnisse und Abhängigkeiten seien schwer auszumachen, Makler müssten wissen, mit welchen Produktgebern ein Pool kooperiert und an welche Gesellschaften der Löwenanteil des Neugeschäfts geht. Transparenz sei auch bei den Vergütungssystemen gefragt. Makler müssten nicht nur wissen, wie hoch die Courtage ist, die sie selber erhalten, sondern auch, wie sich der Pool selbst finanziert, beispielsweise durch Abwicklungszuschüsse, Durchleitungsgebühren, Kickbacks, Zuschüsse zu Veranstaltungskosten oder Werbeeinnahmen. Nur so kann der Makler erkennen, wessen Interessen ein Pool – neben den eigenen und denen der Vertriebspartner – gegebenenfalls noch verfolgt und ob dadurch unter Umständen die Unabhängigkeit gefährdet sei. Das Fazit des IDEAL-Vorstandsvorsitzenden lautet: „Maklerpools haben angesichts des zunehmenden Wettbewerbs und gestiegener Anforderungen an Beratung, Produktauswahl und Dokumentation zu Recht ihren Platz im Vertriebswegemix gefunden. Wenn sie auch eine Zukunft haben wollen, sollten sie im eigenen Interesse für mehr Transparenz sorgen.“

Chancen und Risiken der Geschäftsmodelle

Pool, Verbund oder Servicegesellschaft: Eine eindeutige Abgrenzung der Begriffe gibt es nicht, und manche Unternehmen praktizieren Mischformen verschiedener Modelle (siehe Tabellen 1 und 2). Was steckt dahinter? Maklerpools haben ihren Ursprung im Poolen von Investmentgeschäft. Denn die Investmentgesellschaften haben sich schon frühzeitig von unwirtschaftlichen Verbindungen getrennt, bei denen von ihnen festgelegte Hürden im Neugeschäft nicht übersprungen wurden. Ein Pool bot Vermittlern häufig die einzige Möglichkeit, den Zugang zu diesem Geschäftsfeld zu sichern. Mittlerweile gilt dies auch für eine Reihe von Versicherern, die ebenfalls Neugeschäftshürden für die Direktanbindung von Maklern eingeführt haben.

Die meisten Pools sind als Makler registriert. Sie dürfen daher nicht mit Mehrfachagenten kooperieren. Als Konsequenz haben Pools entweder die Zusammenarbeit mit Vertretern beendet oder eigenständige Unternehmen dafür gegründet. Jüngstes Unternehmen, das diesen Weg beschreitet,

ist die FiNet AG in Marburg, die für die Kooperation mit Mehrfachagenten die FiNet Finanz GmbH ins Leben gerufen hat. Der Service richtet sich vor allem an institutionelle Vermittler wie Banken und Sparkassen. Über ein zweites Tochterunternehmen, die FiNet Service GmbH, bietet FiNet mehrwertsteuerpflichtige Dienstleistungen an. Damit wird die Inanspruchnahme von Dienstleistungen vom Vermittlungsprozess entkoppelt.

Für einige Pools sind Verkäufer aus der Ausschließlichkeit die wichtigste Zielgruppe, aus der sie neue Vertriebspartner rekrutieren. Für diese bieten sie Umstiegskonzepte aus der Tätigkeit als gebundener Vermittler an. Das machen beispielsweise die Maklerpools 1:1 Assekuranzservice AG, Clarus AG sowie der Maklerverbund vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH.

In diese Lücke grätschen Anbieter wie die Liberty Hill AG. Das Unternehmen wurde Ende 2009 in Hamburg gegründet und hatte Ende 2010 bereits 20 Beschäftigte. Es verzichtet nach Unternehmensangaben bewusst auf eine Zulassung als Makler und bietet nur Servicedienstleistungen rund um Abschluss und Administration von Versicherungen und Finanzdienstleistungen an. Zielgruppe sind Makler, Zusammenschlüsse von Maklern, Pools und Vertriebe. Die Partner sollen von administrativen Prozessen wie Vertragsverwaltung, Abrechnung, Kundenmanagement etc. entlastet werden. Liberty Hill vergleicht Produkte, gibt Empfehlungen und beantwortet individuelle Fragen der Vermittler.

Schon länger am Markt behauptet sich die Konzept & Marketing GmbH in Hannover, die im November 2011 zehnjähriges Jubiläum feiert. Das Unternehmen sieht sich als Dienstleister im Versicherungs- und Finanzdienstleistungsmarkt und fungiert als Assekurateur. Kernkompetenz ist das SUH-Geschäft mit Privatkunden. Das Angebot richtet sich an Makler, Maklerzusammenschlüsse sowie Pools. Gebühren werden nicht fällig, Verwaltungskosten sind bereits in die Produkte einkalkuliert.

Der global agierende Makler Marsh, ein Unternehmen der Marsh & McLennan Companies, hat in Deutschland eine Abwicklungsplattform für Makler installiert (Marsh4Broker). Das Unternehmen agiert als Dienstleister, Netzwerk sowie Serviceprovider für Makler. Kleine und mittlere Versicherungsmakler mit einem Umsatzvolumen von bis zu 10 Millionen Euro (nach den Marsh-Kriterien „micro and small enterprises“) sollen für eine Kooperation in den Segmenten Gewerbeversicherungen sowie Spezialprodukte gewonnen werden.

Wer macht was? (Tabelle 1)

Maklerpools	Verbünde	Service-Gesellschaften	Assekuradeure	Haftungsdächer
Maklerpools bündeln das Neugeschäft der angeschlossenen Makler, reichen es bei den Produktgebern ein und erhalten von diesen die Courtage. Einen Teil davon behalten die Pools ein und finanzieren damit ihre Leistungen für Makler. Der überwiegende Teil dieser Leistungen ist bei den meisten Pools für Makler kostenlos. Bedeutende Maklerpools sind die BCA AG, Fonds Finanz GmbH und Jung, DMS & Cie. AG.	Verbünde agieren nach dem genossenschaftlichen Prinzip und stehen in der Regel im Besitz der angeschlossenen Makler. Sie finanzieren ihre Tätigkeit über Aufnahmegebühren und laufende Mitgliedsbeiträge sowie zusätzliche Overhead-Vergütung und/oder volumenabhängige Bonifikationen von Produktgebern (z.B. CHAR-TA, VEMA). Bei Verbänden behalten die Makler ihre Direktanbindungen an die Produktgeber.	Service-Gesellschaften liefern Tools und Services rund um den Vertrieb von Versicherungen und Finanzdienstleistungen gegen Entgelt. Poolleistungen ergänzen manchmal das Serviceangebot. Auch Versicherer haben bereits ihre Maklerbetreuungseinheiten ausgelagert und in Servicegesellschaften umgewandelt. Sie bieten ihre Leistungen in der Regel kostenlos an (z. B. Maklermanagement AG DRMM (Tochter der Deutscher Ring Beteiligungsholding GmbH).	Assekuradeure zeichnen Versicherungsverträge, häufig spezielle Deckungskonzepte, im eigenen Namen, aber für Rechnung eines Versicherers und haben in der Regel Regulierungsvollmachten. Mit diesen Aufgaben sind sie dem Lager des Versicherers zuzuordnen. Deshalb sollten Betrieb des Pools oder Verbundes sowie die Tätigkeit als Assekuradeur gesellschaftsrechtlich getrennt betrieben werden.	Haftungsdächer nach §32 Kreditwesengesetz (KWG) liefern die rechtliche Grundlage für die Beratung und Vermittlung von Finanzinstrumenten. Für Vermittler, die sich einem Haftungsdach angeschlossen haben („Tied Agents“), gilt in diesem Geschäftsfeld Ausschließlichkeit. Sie müssen alle Finanzprodukte über ihr Haftungsdach vermitteln, auch wenn für deren Vermittlung im Einzelfall (noch) keine Erlaubnis nach KWG erforderlich ist (Investmentfonds und geschlossene Beteiligungen). Pools, welche ein Haftungsdach bieten, müssen dafür ein separates Unternehmen gründen.

PERFORMANCE 11/2011 | © BrunotteKonzept, Studie Maklerpools, Verbünde und Servicedienstleister 2011

Herausforderung für die Pools

Einige Maklerpools blicken bereits auf 25 oder mehr Jahre Erfahrung mit ihrem Geschäftsmodell zurück, das bei manchen langsam in die Jahre kommt. Problemfelder wie Deckelung der Courtage, verlängerte Stornohafzeiten oder Honorarberatung finden häufig noch keinen entsprechenden Niederschlag. Pools müssen immer neue und attraktivere Angebote entwickeln, um neue Vermittler an sich zu binden und das Geschäftsvolumen mit ihren vorhandenen Vertriebspartnern auszuweiten. Ob Vergleichssoftware, Kundenmanagementsysteme (CRM), Weiterbildung oder Marketingservices – das Dienstleistungsangebot von Pools und Verbänden ist groß. Makler profitieren von Poolservices, denn diese sind oftmals deutlich günstiger als am Markt oder sogar kostenlos.

Sicherlich haben große Pools eine gute Chance, sich auch weiterhin im Markt zu behaupten. Das aktuell anziehende Neugeschäft hilft ihnen, wieder Boden gutzumachen. Wo die kritische Größe liegt, die das Überleben sichert, entscheidet sich an der Kapitalstärke und vor allem am Geschäftsmodell. Welchen Nutzen bietet das Unternehmen seinen Vertriebspartnern, wie werden Leistungen in welcher Qualität erbracht, welcher Aufwand steht dem gegenüber, und wie zukunftsfähig ist das Ertragsmodell? Werden Differenzcourta-

gen, Overheads oder Service-Fees die Erlöse von morgen sichern, oder ist es eine Mixtur aus allen drei Ertragsquellen? Zu den Unwägbarkeiten der Branche zählen gerade die Themen Courtage und Haftzeiten in provisionsträchtigen Sparten. Wird die Abschlusscourtage durch Eingriffe der Politik reduziert, was für die Private Krankenversicherung bereits ansteht, ist die Geschäftsgrundlage mancher Pools und eventuell auch Verbünde gefährdet. Die Margen würden zu schmal, ein Überleben ohne zusätzliche Serviceentgelte nicht möglich. Ob diese durchsetzbar sind, hängt vom Nutzenversprechen und der wahrgenommenen Leistungsfähigkeit sowie den Ausstiegsbarrieren für Vertriebspartner ab. Pools und Verbünde arbeiten daran.

Eine weitere Baustelle: Immer mehr Kunden schließen ihre Versicherungen im Internet ab. Allein das Vergleichsportal Check 24 soll im letzten Jahr knapp 450.000 Kfz-Versicherungen eingesammelt haben. Dieses Potenzial entgeht den klassischen Maklern und damit auch den Pools. Schlimmer noch: Auch weitere Sparten könnten in Zukunft stärker als bislang über das Web vermittelt werden. Maklerpools müssen auch zu diesem Thema die richtigen Antworten finden, wenn sie im umkämpften Markt der Versicherungen und Finanzdienstleistungen bestehen wollen.

Unternehmen und Geschäftsmodelle (Tabelle 2)								
Unternehmen	Gründung	Maklerpool	Maklerverbund	Serviceanbieter	Assekuradeur	Haftungsdach	Sonstiges	sonstiges Geschäftsmodell
1:1 AG	2006	x		x	x	x		
allfinanztest.de GmbH	2001	x						
AMEXPool AG	1979	x						
Apella AG	1999	x	x		x	x		
BCA AG	1985	x		x	x	x		
best intention AG	1995						x	Wirtschaftsverbund
blau direkt GmbH	2000	x		x			x	Softwarehaus
CARAT Fonds Service AG	1999	x		x		x		
CHARTA AG	1994		x					
CLARUS AG	2008						x	Maklervertrieb
Consensus Holding AG	1990		x	x				
degenia AG	2000	x		x	x			
FinanzNet Holding AG	1996		x	x				
FiNet AG	1999	x		x		x		
Fonds Finanz Maklerservice GmbH	1996	x						
FondsKonzept AG	2000		x	x		x		
germanBroker.net AG	2001	x	x	x	x			
Insuro Maklerservice	1999	x						
Invers Versicherungsvermittlungsgesellschaft mbH	1995	x						
Jung, DMS & Cie. AG	2003	x				x	x	
Maxpool GmbH	k. A.	x		x	x			
Midema	1998	x			x			
Monad GmbH	1996	x						Ruhestandsplaner
Neffonds GmbH	2000	x		x		x		
pma GmbH	1982	x						
Qualitypool GmbH	k. A.	x		x				
SDV AG	2009			x				
VEMA e.G.	1997		x					
vfm Vers. & Finanzmanagement GmbH	1995 (als Makler)		x	x				
VFV GmbH – Der Sachpool	1995	x						

PERFORMANCE 11/2011 | © BrunotteKonzept, Studie Maklerpools, Verbände und Servicedienstleister 2011

Die Konsolidierung schreitet voran

Bislang herrscht am Maklermarkt eine relativ hohe Pooltreue. Die Studie von AssCompact „Pools und Dienstleister 2011“ registrierte einen Trend zu immer längeren Partnerschaften zwischen Vermittlern und Pools. Im diesem Jahr liegt der Durchschnittswert für die Dauer der Zusammenarbeit bei knapp neun Jahren. Trotzdem sehen mehr als vier von zehn Maklern auch die Risiken der Zusammenarbeit, vor allem beim Datenschutz, im Insolvenzfall und bei der Bestandsführung.

Hauptgründe für die Beendigung einer Zusammenarbeit mit Pools sind nach Erkenntnissen der AssCompact-Studie Unzufriedenheit mit Services und die Nichteinhaltung von Vereinbarungen.

Die Pools können sich ihrer Klientel nicht sicher sein, auch wenn der Zulauf bei den meisten noch anhält. Je mehr sich die Pools in ihrer finanziellen Leistungskraft, ihrer Größe und

Die größten Maklerpools* (Tabelle 3)

Pool	Anzahl der Vertriebspartner 2010	Provisionserlöse 2010	Eigenkapital
Fonds Finanz Maklerservice GmbH	21.000	76,9 Mio. Euro	>6 Mio. Euro
Jung, DMS & Cie. AG	17.500	ca. 64 Mio. Euro	15 Mio. Euro
BCA AG	11.000	64,3 Mio. Euro	10,7 Mio. Euro
VEMA	6.500	keine, da Direktanbindung der Vertriebspartner	k.A.
AmexPool AG	5.211	4,8 Mio. Euro	k.A.
Netfonds GmbH	4.500	29,5 Mio. Euro	k.A.
Blau direkt GmbH	3.558	6 Mio. Euro	k.A.
Apella AG	3.200	18,2 Mio. Euro	k.A.
degenia	2.899	7 Mio. Euro	50.000 Euro
Qualitypool GmbH	2.870 (+ 450 Unternehmen)	5,89 Mio. Euro	Unternehmen gehört zur börsennotierten Hypoport AG

* nach Vertriebspartnern

PERFORMANCE 11/2011 | Quelle: BrunotteKonzept, Cash, eigene Recherchen.

ihren Leistungen ausdifferenzieren, umso mehr wird auch die Wanderungsbewegung der Vertriebspartner in Gang kommen. Zusätzlich sorgt die anhaltende Regulierung der Finanzbranche für Druck auf den Vermittlermarkt. Die Produktanbieter reagieren immer preissensibler und sehen die wachsende Macht der Pools mit Argusaugen. Vor allem die großen Pools (siehe Tabelle 3) suchen ihr Heil in Umsatzwachstum und Finanzausstattung. Sie wollen vor allem Provisionssicherheit gegenüber bestehenden und potenziellen Partnern demonstrieren. Nur wer über hinreichende Größe und solide finanzielle Polster – sprich Eigenkapital im Verhältnis zum Provisionsvolumen – verfügt, wird die Marktkonsolidierung überstehen. Viele Makler werden in Zukunft zum Poolwechsel gezwungen sein, wenn weitere Pools der Konsolidierung zum Opfer fallen sollten.

Das hat auch die Akkurat financial Service GmbH aus Münster erkannt. Der mit 13,5 Millionen Euro Courtageerlösen (2010) mittelgroße Pool-Dienstleister hat einen „Leitfaden zum Wechsel des Maklerpools“ erstellt. „Was passiert eigentlich, wenn sich ein Pool nach einigen Jahren der Zusammenarbeit als doch nicht mehr so geeignet erweist wie ursprünglich erwartet?“, fragt Akkurat und liefert die praxisnahen Wechselgründe gleich mit: Eigentümerwechsel (z. B. pma), Verände-

rungen in der Geschäftsführung (z. B. BCA) oder strategische Neuausrichtung (z. B. Broker Network Trier). Hinzu kommen immer wieder Insolvenzen, so u. a. in jüngster Zeit bei Fair in Finance, Parity AG oder ALVECON.

Unabhängig von solchen Anlässen liefert der „Leitfaden Poolwechsel“ Checklisten für die Prüfung der Leistungsfähigkeit und Sicherheit von Poolverbindungen, die jeder Makler zur Hand nehmen sollte. Das Spektrum reicht von wirtschaftlichen Aspekten (Courtagezahlungen, Servicepreise) über rechtliche und organisatorische Aspekte (Bestands- und Kundenschutz bzw. Integration) bis hin zu Kündigungsmodalitäten, Bestandsübertragung und -übernahmen sowie Maklervertrag und Datenschutz.

Sabine Brunotte, Hans Pfeifer

Servicehinweis

BrunotteKonzept: Studie Maklerpools, Verbünde und Servicedienstleister 2011, Umfang: 203 Seiten, Stand: Mai 2011, Bezugspreis: 479 Euro zzgl. MwSt.

Bestellung: Sabine Brunotte, Telefon 040/35 58 79 47, Mail: info@brunottekonzept, Internet: www.brunottekonzept.de