

## **bm** Erhalten die Banken bei Wilhelm eine Vergütung?

Der Provisionsfluss der Gesellschaften geht an Wilhelm und Wilhelm hat als Makler keinen Agenturvertrag mit einer Bank. Das ist regulatorisch gar nicht zulässig. Es gibt lediglich Tippgebervereinbarungen, die aber nicht so lukrativ vergütet werden.

## **bm** Dann hält sich die Begeisterung der Banken vermutlich in Grenzen?

Banken nehmen sicher nicht aus finanziellen Erwägungen an Wilhelm teil. Sondern die Idee ist es, den Kunden im Verbund zu halten.

Wilhelm wurde im Übrigen auf Wunsch von Banken entwickelt – es ist keine reine Eigeninitiative der R+V. Am Ende entscheidet jede Bank für sich, ob sie dabei sein will oder nicht. Im Moment sind 13 Banken im Piloten angekommen, 20 bis 30 weitere möchten gerne mitmachen. Zum Jahresende wird dann über das weitere Vorgehen entschieden.

## **bm** Sind es nicht gerade die attraktiven Kunden, die die Banken an Wilhelm verlieren?

Die Frage ist die nach der Motivation der Kunden und ob es tatsächlich besser ist, bei einem unabhängigen Berater zu sein. Das kann gut sein – muss es

aber nicht. Wenn ein Kunde im Ausschließlichkeitsmodell mehrere Verträge hat, wird sich der Versicherer in schwierigen Situationen eher kulant verhalten als bei einem Kunden, der nur einen Vertrag über einen Makler abgeschlossen hat. Kundenwert hat in der Ausschließlichkeit einen enormen Vorteil. Das sehen wir in der Schaden- und Leistungsregulierung.

Zudem haben die Volks- und Raiffeisenbanken als direkter Ansprechpartner der Kunden einen direkten Zugriff auf die Mitarbeiter der R+V. In schwierigen Fällen ist somit eine persönliche Unterstützung immer gegeben – anders als beim digitalen Makler.

Es gibt zwar bei den digitalen Angeboten einen Trend in Richtung Makler. Wir glauben aber, dass wir dem Kunden zusammen mit den Banken einen echten Mehrwert bieten – digital wie persönlich. Diesen Mehrwert müssen wir aber auch spielen. Das wiederum heißt, auch finanziell attraktive Angebote zu haben. Der Anspruch ist also nicht Übervorteilung – im Gegenteil.

## **bm** Ist die R+V auch im Bereich situativer Versicherungen tätig?

Wir testen gerade die sogenannte Insurbox. Mithilfe der App werden Produkte im Wert von mehr als 200 Euro fünf Tage lang kostenlos versichert, wenn der Kauf über das Konto der Volksbanken und Raiffeisenbank ab-

läuft. Damit sind wir ein Stück weit in der situativen Deckung: Der Kunde hat sich über einen Versicherungsschutz für das Produkt vielleicht noch gar keine Gedanken gemacht. In den ersten fünf Tagen schenken wir ihm diesen Schutz, um darüber in Beratungsanlässe zu kommen. Inwiefern das gelingt, lernen wir gerade.

Darüber hinaus haben wir noch nicht so viel Erfahrung mit situativen Produkten. Was wir aber können, sind Annexprodukte. Im Geräteschutz für mobile Endgeräte sowie weiße und braune Ware ist die R+V einer der führenden Anbieter und in Kassensystemen von stationären und Online-Händlern integriert. Strategisch wollen wir das Thema situative Versicherungen natürlich weiterentwickeln. Aber noch ist der Markt in Deutschland überschaubar.

## **bm** Inwieweit lassen sich Anspracheanlässe wie bei der Insurbox automatisieren, sodass der Kunde nicht auf Versicherungsbausteine angesprochen wird, die vielleicht in einer anderen Police bereits enthalten sind?

Genau das ist die Idee des Versicherungsmanagers. Über einen externen Dienstleister wird eine Bewertung aller im Versicherungsmanager hinterlegten Versicherungsverträge vorgenommen, um mögliche Versicherungslücken aufzudecken. Stand 2019 können wir das noch nicht. Es ist aber das Ziel. ■