

Württembergische reanimiert Maklervertrieb

Schwaben-Power für freie Vermittler



Rainer Gelsdorf

Rolf Schünemann

Die Württembergische Versicherung als Tochter der Stuttgarter Wüstenrot & Württembergische AG, meldet sich im Maklergeschäft zurück – und konnte zum forcierten Ausbau des Vertriebes über unabhängige Vermittler verpflichtet, die in der Branche einen exzellenten Ruf genießen. Von der ehemaligen Gerling Konzern Leben stieß Rolf

Schünemann zur Württembergischen. Der 45-Jährige ist als Geschäftsführer für den Bereich Vorsorge-Leben zuständig. Sein Pendant als Geschäftsführer der neu gegründeten Maklergesellschaft ist für den Bereich Komposit Rainer Gelsdorf. Der 39-Jährige kam von der AXA, wo er zuletzt als Gesamtleiter Maklervertrieb Komposit wirkte. Im Gespräch mit KURS erläutern die beiden Verantwortlichen für den Auf- und Ausbau des Maklervertriebes die strategischen Zielsetzungen, die die Württembergische mit dieser Vertriebsexpansion verfolgt.

KURS: Herr Gelsdorf, die Württembergische will ihre Vertriebsaktivitäten über unabhängige Vermittler wieder stärken. Welche strategischen Zielsetzungen werden mit der Reaktivierung des Maklergeschäftes verfolgt?

Gelsdorf: Die Württembergische hat um die Jahrtausendwende herum das Maklergeschäft und damit auch die Maklerverbindungen auf den Prüfstand gestellt – vor allem auch unter dem Aspekt des damals wenig auskömmlichen Industriegeschäftes. Dabei hat es sicherlich auch Fehlentwicklungen gegeben. Es nutzt allerdings wenig, im Nachhinein darüber zu klagen. Wir sind ja angetreten, die strategischen Zielvorgaben unserer Gesellschafter, in denen die unabhängigen Makler eine entscheidende Rolle spielen, schnell und professionell umzusetzen, und damit diesen Vertriebsweg mit hohem Zukunftspotenzial für die Gruppe wieder besser zu erschließen.

KURS: Allerdings wollen derzeit viele Versicherer ihre Kooperation mit freien Vermittlern ausbauen. Welche Gründe

sprechen da denn aus Ihrer Sicht für eine Zusammenarbeit mit der Württembergischen, Herr Schünemann?

Schünemann: Unsere derzeitigen Aktivitäten sind darauf ausgerichtet, die Württembergische im Maklermarkt wieder stärker zu positionieren. Dass die W&W-Gruppe über die Karlsruher Versicherung bereits gut im Vermittlervertrieb verankert ist, kommt uns zugute. Durch die Integration dieses Vertriebes in die neue Makler-GmbH der Württembergischen verfügen wir schon über eine solide Basis, auf der wir unsere weitere Expansion aufbauen können. Zudem stehen Herr Gelsdorf und ich aufgrund unserer früheren Aktivitäten für einen fairen und verlässlichen Umgang mit freien Vermittlern. Wir beide hätten diese Herausforderung gar nicht erst angenommen, wenn wir nicht hundertprozentig davon überzeugt wären, dass der Ausbau eines starken Maklervertriebes auch für die W&W-Gruppe hohe Priorität genießt. Und genau gesehen, ist für die unabhängigen Vermittler die Württembergische doch eine

ganz hervorragende Adresse – gehört sie doch zu den tragenden Säulen der Wüstenrot & Württembergische-Gruppe, die sich als starker Vorsorgespezialist für alle Lebensphasen positioniert.

KURS: Obwohl die Geschäftsentwicklung der W&W-Gruppe in den vergangenen Jahren eher moderat war?

Schünemann: Letztlich hat das ja auch zu einem konsequenten Umsteuern in der Unternehmenspolitik geführt. Auf diesem Weg der Modernisierung sind innerhalb der Gruppe die ersten Meilensteine zu einer erhöhten Effizienz und zu stärkerem Wachstum erfolgreich erreicht worden. Vor allem die Stärkung nachhaltiger Kundenbeziehungen im deutschen Kernmarkt steht ganz oben auf der Agenda. Das setzt eben auch eine optimale Nutzung aller Vertriebswege voraus. So wird künftig neben dem gut ausgebauten Ausschließlichkeitsvertrieb auch eine leistungsfähige Maklerschiene das Marktpotenzial besser erschließen helfen. Wobei die W&W-Gruppe mit sechs Millionen Kunden schon eine beachtenswerte und für freie Vermittler zukunftssträchtige Größe im Versicherungsmarkt darstellt.

KURS: Welche Erwartungen richten Sie als Verantwortliche denn an einen gestärkten Maklerbereich?

Gelsdorf: Die Wüstenrot und Württembergische AG hat sich zum Ziel gesetzt, 2007 400.000 neue Kundenbeziehungen zu gewinnen. Auch dabei kommt dem Vertrieb über Makler eine große Bedeutung zu. Unabhängige Makler haben als selbständige Geschäftsleute ja selber ein großes Interesse am kontinuierlichen Ausbau ihrer Kundenbestände. Diese unternehmerische Antriebsfeder führt beim Neugeschäft in der Regel zu einer spürbar hohen Dynamik. Hier besteht Interessengleichheit, denn Zielsetzung der W&W-Gruppe ist, nachhaltiges Kundenzuwachstum zu erreichen. Deshalb werden wir den kooperierenden unabhängigen Partnern über die neue Maklergesellschaft alle personellen und technischen Voraussetzungen für einen optimalen Vertriebs Erfolg zur Verfügung stellen.

KURS: Was ist darunter konkret zu verstehen?

Schünemann: Bis Ende 2008 werden in der neuen Gesellschaft 100 Mitarbeiter für die intensive Maklerbetreuung

eingesetzt. Parallel werden fünf regionale Vertriebsdirektionen für die ortsnahe Betreuung der Partnervermittler bundesweit aufgebaut. Dabei legen wir besonderen Wert auf Mitarbeiter, die mit den Besonderheiten des Maklermarktes vertraut sind und damit einen qualitativ hochwertigen Service bieten können.

KURS: *Gute Mitarbeiter fallen allerdings nicht von den Bäumen, und auch der Aufbau funktionierender Organisations- und Technologiestrukturen ist eine anspruchsvolle Aufgabe.*

Gelsdorf: Wir arbeiten mit Hochdruck am Ausbau einer qualitativ hochwertigen Maklerbetreuung. Sie können sicher sein, dass uns ein schlagkräftiges Team zur Verfügung stehen wird, das mit hoher Sachkenntnis und viel Engagement der anspruchsvollen Aufgabe gerecht wird.

Schünemann: Sachkenntnis und Qualität sind ganz entscheidende Kriterien einer Kooperation. Denn mehr und mehr entscheidet sich der Wettbewerb im Maklermarkt nicht mehr vorrangig über Produkte oder Konditionen. Vielmehr rücken so genannte Soft Skills in den Vordergrund. Unsere Mitarbeiter müssen entsprechende Schlüsselqualifikationen hinsichtlich einer qualifizierten Maklerbetreuung nachweisen können. Das ist der Königsweg, um bei den Qualitätsvermittlern Akzeptanz zu finden. Auf der anderen Seite bieten aber auch die Württembergischen Versicherungen, wie schon gesagt, ihren Vertriebspartnern eine ganze Menge.

KURS: *Was zeichnet denn die Württembergische als Partnerin der Makler besonders aus?*

Schünemann: Die W&W-Gruppe ist eine traditionsreiche und starke Finanzdienstleistungsgruppe, deren Eignerin die Wüstenrot Stiftung ist. Das macht die W&W-Gruppe auch in Zeiten des raschen Wandels zu einem sprichwörtlich sicheren „Fels in der Brandung“. Diese Berechenbarkeit in einem Markt, den zunehmend Übernahmen, Fusionen, Neu- und Umstrukturierungen prägen, macht sie zu einer äußerst interessanten Partnerin für die unabhängigen Vermittler. Und diese Verlässlichkeit und Berechenbarkeit werden sich auch in unseren Geschäftsbeziehungen widerspiegeln.

Gelsdorf: Zudem dokumentieren die kräftigen Zuwächse vor allem im Leben-

Geschäft, aber auch das Neuwachstum im hart umkämpften Kompositmarkt deutlich, dass die Württembergische in allen wichtigen Versicherungssektoren sehr gut positioniert ist. Mit Wachstumsraten über dem Marktschnitt liegen die Württembergische und die Karlsruher im Zugewinn von Marktanteilen sehr gut. Diese Erfolge sollen gefestigt und ausgebaut werden. Für uns bedeutet das, den

„Die Württembergische ist für die unabhängigen Vermittler eine starke und attraktive Alternative im Versicherungsmarkt.“

Rolf Schünemann

Maklerbereich als gleichberechtigten Vertriebsweg innerhalb der Gruppe mit Hochdruck noch schlagkräftiger zu gestalten. Dafür werden Schritt für Schritt ganz konsequent die organisatorischen und technischen Grundlagen gelegt.

KURS: *Welchen Anteil hat denn aktuell der Maklerbereich am Versicherungsgeschäft der Württembergischen und wie sehen die Ausbauschritte aus?*

Schünemann: Insgesamt verfügen wir in der neuen GmbH auch durch die Integration der Karlsruher Versicherungen bereits über rund 5000 Maklerkontakte. Wir denken, dass 2000 weitere freie Vermittler eine gute Basis für eine Erfolg versprechende Vertriebschiene bilden sollten. Diese Potenziale gilt es in der Zukunft zu heben. Im Vorsorgesektor

flossen der Württembergischen im vergangenen Jahr 700 Millionen Neugeschäft über freie Geschäftspartner zu. Geplant ist, das Makler-Neugeschäft im Leben-Sektor bis 2011 auf rund 1,5 Milliarden Euro auszubauen. Ich denke, dass diese Zielvorgabe angesichts des wachsenden Vorsorgepotenzials durchaus realistisch ist. Die positive Entwicklung der Württembergischen Leben in den wichtigsten Bereichen der privaten und betrieblichen Altersvorsorge im zurückliegenden Geschäftsjahr zeigt, dass unsere Angebote zielgerecht auf die Nachfragebedürfnisse zugeschnitten sind. Mit weiteren Produktinnovationen sowohl für die geförderte Vorsorge wie auch bei den fondsgebundenen Versicherungen haben wir zudem noch einiges Potenzial in der Hinterhand.

KURS: *Und wie sehen die Planungen beim Kompositversicherer aus?*

Gelsdorf: Auch hier haben wir uns trotz des bekannt scharfen Wettbewerbes anspruchsvolle Ziele gesetzt. Unser Hauptaugenmerk richtet sich zunächst einmal auf den gezielten Ausbau von Service und Effizienz. Diese beiden Komponenten werden nach meinem Dafürhalten in einem über den Preis ausgetragenen Verdrängungskampf zunehmend wichtige Wettbewerbsmerkmale. Im Privatkunden- und Gewerbegebiet werden wir die unabhängigen Vertriebspartner in fünf dezentralen Makler-Serviceeinheiten ortsnahe betreuen, zudem wird die technische Unterstützung weiter optimiert. Mit der Einrichtung einer bundesweiten Bearbeitungsplattform für das private Sachgeschäft seit Anfang

Wüstenrot & Württembergische AG

Der schwäbische „Fels in der Brandung“

Der W&W-Konzern ist eine unabhängige Finanzdienstleistungsgruppe mit Sitz in Stuttgart, die 1999 aus der Fusion von Wüstenrot und Württembergischer hervorgegangen ist. Seit 2005 gehören auch die Karlsruher Versicherungen zur W&W-Gruppe, die nun insgesamt rund 11.000 Mitarbeiter zählt.

Die W&W ist in den zwei Geschäftsfeldern „Bausparen/Bank“ und „Versicherung“ aktiv mit Schwerpunkt auf dem Privat- und Firmenkundengeschäft. Die Wüstenrot Bausparkasse belegt – nach der Höhe des Bausparneugeschäfts – Platz 3 unter den privaten Bausparkassen, die Württembergische Lebensversicherung und die Württembergische Versicherung Rang 8 unter den deutschen Lebens- und Sachversicherungen – gemessen an den gebuchten Beiträgen. Mehrheitsaktionär der W&W AG ist mit knapp 70 Prozent der Anteile die Wüstenrot Holding AG, 9,9 Prozent der Aktien sind im Besitz der Landesbank Baden-Württemberg. Weitere Anteilseigner sind mit 7,5 Prozent die Unicredit und mit 4,9 Prozent die Swiss Re. Der Streubesitz liegt bei rund acht Prozent. Die über 86,2 Millionen Namensaktien der W&W AG sind an den Wertpapierbörsen in Stuttgart und Frankfurt im amtlichen Markt sowie in Xetra notiert.