

12. Alpbacher Expertentreffen

Produktentwicklung für die Praxis

Produkte von Maklern – Produkte für Makler

1.9.2017



Mag. Wolfgang Fitsch
VERO Versicherungsmakler GmbH
wolfgang.fitsch@aon-austria.at



- Produktentwicklung allgemein
- Produktentwicklungsprozess VERO und Umsetzung
- Bedeutung des Maklergeschäftes für die Versicherungswirtschaft
- Typen von „Maklerprodukten“
- IDD Art. 25
- Entwurf eines delegierten Rechtsaktes zur Aufsichts- und Lenkungs-Anforderung für Versicherungsunternehmen und Versicherungsvertreiber

You cannot discover new oceans unless you have the
courage to lose sight of the shore.

André Gide

Es ist so einfach oder doch nicht?



Allgemeines Definition

1. Begriff:

Entstehungsprozess von Versicherungsprodukten. Die Produktentwicklung ist eine Dimension der Produktpolitik.

2. Merkmale:

Die Produktentwicklung ist in der Assekuranz besonders vernetzt ausgeprägt und findet abteilungsübergreifend statt. Sie durchläuft idealtypisch verschiedene Phasen in einer zeitlichen Abfolge, die allerdings Feedbackschlaufen zulässt. Die Produktentwicklung ist somit prozessbezogen.

3. Phasen:

- Ideenfindung,
- Ideenselektion,
- Vorstudie und erster Entscheid (zur Fortführung),
- Tarifentwicklung unter Berücksichtigung der Vertriebs- und Kundensicht sowie juristischer Aspekte,
- zweiter Entscheid (zur Umsetzung),
- technische und kommunikative Umsetzung sowie Mitarbeiterschulung,
- Markteinführung,
- laufendes Produktcontrolling.

von der Theorie zur Praxis

einige Gedanken aus Sicht des Maklers...

Hauptaufgabe des Produktmanagement (PM) ist die Verhandlung von Top-Produkten mit Versicherern.

Diese Aufgabe beinhaltet:

- Produktbeobachtung am inländischen und ausländischen Versicherungsmarkt
- Neugestaltung von Produkten, insbesondere im Bereich Entwicklung von Ideen für neue Produkte, immer gesteuert mit Vertriebs- und Verkaufsansätzen
- Ausgestaltung der Produkte + Verhandlung + Eingliederung in VERO
- Information über aktuelle Produktentwicklungen, neue Tarife, jeweils mit fachlicher Einschätzung und Kommentar (Prämienniveau, Besonderheiten, Vor-/Nachteile, Vergleich zu anderen Produkten am Markt)
- Laufende Prüfung von Produkten
- Stabsstelle, Zuordnung Vertrieb
- Kernkompetenz als Makler

von der Theorie zur Praxis

die Umsetzung ...

Produktentwicklungsprozess

Produktname

Sparte

Standort

Standortleiter

Datum

Produktbeschreibung (in Stichworten)

Potential Österreich

Informationen über Internetrecherche (z.B. über diverse Fachkammern) oder z.B. über web-Seite der Statistik Austria.

von der Theorie zur Praxis

die Umsetzung ...

Potential VERO

Bundesland	Potential / Anzahl Kunden	derzeitiger Vertragsbestand		mögliches Neupotential (in den nächsten 3 Jahren)		Provision (ca.)
		Verträge (Stück)	Prämie (EUR)	Verträge (Stück)	JN-Prämie (EUR)	0,00%
Burgenland						EUR 0,00
Kärnten						EUR 0,00
Niederösterreich						EUR 0,00
Oberösterreich						EUR 0,00
Salzburg						EUR 0,00
Steiermark						EUR 0,00
Tirol						EUR 0,00
Vorarlberg						EUR 0,00
Wien						EUR 0,00
						EUR 0,00
						EUR 0,00
Deutschland						EUR 0,00
Gesamt	0	0	EUR 0,00	0	EUR 0,00	EUR 0,00

von der Theorie zur Praxis

die Umsetzung ...

bekannte Produkte des Mitbewerbers / Versicherers

Bitte geben Sie von einer Skala von 5 bis 1 eine Bewertung der Mitbewerberprodukte an
(5 = sehr gutes Preis/Leistungsverhältnis, 1 = sehr schlechtes Preis/Leistungsverhältnis)

Mitbewerber / Versicherer	sehr gutes Preis/Leistungsverhältnis			sehr schlechtes Preis/Leistungsverhältnis	
	5	4	3	2	1
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

sonstige Anmerkungen (z.B. Wunschverhandlungspartner, spezielle Deckungen etc.):

von der Theorie zur Praxis

die Umsetzung ...

Bitte bewerten Sie die folgenden Fragen auf einer Skala von 5 bis 1
(5 = hoch/ja bzw. trifft vollständig zu, 1 = niedrig/nein bzw. trifft überhaupt nicht zu)

	hoch bzw. trifft vollständig zu			niedrig bzw. trifft überhaupt nicht zu	
	5	4	3	2	1
Wichtigkeit des Produktes für Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Standort hat Zugang zu dieser Kundengruppe (persönliche Kontakte, Kontakt zu Kammer etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schulungsbedarf am Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Welcher Mitarbeiter des Standortes soll als
Ansprechspartner / Multiplikator agieren?

sonstige Anmerkungen (z.B. welchen Zugang zur Kundengruppe):

von der Theorie zur Praxis

die Umsetzung ...

Produktentwicklung / Produktimplementierung

	Manntage	Kosten	Anmerkung
Analyse bestehender Lösungen	Tage	EUR 0,00	
Ausarbeitung Deckungskonzept, Vertragsverhandlungen mit Versicherer etc.	Tage	EUR 0,00	
Erstellen Berechnungsprogramm, Verkaufsunterlagen (Folder, Blicktarif, Antrag, Produktvergleichen, Kundenfragebogen etc.)	Tage	EUR 0,00	
Produktschulung	Tage	EUR 0,00	

von der Theorie zur Praxis

die Umsetzung ...

Produktentwicklung / Produktimplementierung

	Manntage	Kosten	Anmerkung
Unterstützung Standorte vor Ort durch PM oder sonstige Fachspezialisten (z.B. Industrie-, Rechtsabteilung etc.)	Tage	EUR 0,00	
Unterstützung durch externe Dritte (z.B. Fachspezialisten wie z.B. Steuerberater etc.)	Tage	EUR 0,00	
Unterstützung durch interne Organisationseinheiten (z.B. EDV etc.)	Tage	EUR 0,00	
Gesamt	Tage	EUR 0,00	

sonstige Anmerkungen (wie z.B. weitere Kosten aber auch Kostenersparnis im laufenden Arbeitsprozess durch Standardisierung etc.):

von der Theorie zur Praxis

die Umsetzung ...

notwendige Vertriebsaktivitäten

	Manntage	Kosten	Anmerkung
Marketingunterstützung (Inseratschaltungen etc.)	Tage	EUR 0,00	
Unterstützung Standorte vor Ort durch Vorstand	Tage	EUR 0,00	
automatisierte Vertriebsauswertung	Tage	EUR 0,00	
	Tage	EUR 0,00	
	Tage	EUR 0,00	
	Tage	EUR 0,00	
Gesamt	Tage	EUR 0,00	

Die Umsetzung Kriterienkatalog

Auswahl Versicherungspartner u.a. nach folgenden Kriterien:

- leistungsfähig
- flexibel
- Regionalität vs Internationalität
- Marktposition
- Schadenabwicklung
- Übernahme von Aufgaben des Versicherers (Polizzierung, Schadenabwicklung)
- Exklusivität (zeitlich befristet)
- Override

Anteil Maklergeschäft

Quelle: VVO, Vertriebswegestatistik 2015 (ohne Lebensversicherung)

	Bestandsprämie in Mio EUR	Anteil in %	N & M in Mio EUR	Anteil In %
Angestellter Außendienst	4.242	44	498	39
Makler	3.047	32	471	37
Agenturen	1.524	16	185	15
sonstige	818	8	122	9
gesamt	9.631	100	1.276	100

Die Typen

Rahmenvertrag – Rahmenvereinbarung - Produktvereinbarung

Rahmenvertrag:

Ein Vertrag (mit der Interessensvertretung) mit

- obligatorischem
- fakultativem

Beitritt

Rahmenvereinbarung:

Wording und Preisgestaltung sind vereinbart, auf dieser Basis werden Einzelverträge abgeschlossen.

Beispiel:

Antrag und Akzept

Die Beantragung eines Risikos auf Grundlage dieser Rahmenvereinbarung erfolgt in erster Linie über xy.

Die auf Basis dieser Rahmenvereinbarung abgeschlossenen Einzelverträge können jedoch über alle Vertriebswege des VR abgeschlossen werden.

Die Typen

Rahmenvertrag – Rahmenvereinbarung - Produktvereinbarung

Beispiel:

Umsetzungsobligation

Der Versicherer verpflichtet sich, jeden österreichischen Versicherungsnehmer dieser Berufsgruppe (Mitglied des Fachverbandes in der WKO) zu den in dieser Rahmenvereinbarung festgelegten Bedingungen und Prämien zu versichern. Voraussetzung dafür ist die Einhaltung sämtlicher für den Beruf geltenden Rechtsvorschriften.

Falls der bisherige Schadenverlauf eines einzelnen Versicherungsnehmers der Schadenhöhe und/oder der Schadenfrequenz nach deutlich vom Durchschnitt der Versicherungsnehmer dieser Berufsgruppe abweicht, kann der Versicherer erhöhte Prämien anbieten.

Die Typen

Rahmenvertrag – Rahmenvereinbarung - Produktvereinbarung

Produktvereinbarungen:

Wording ist vereinbart, Einzeltarifierung durch Versicherer.

Richtlinie (EU) 2016/97

Artikel 25

Aufsichts- und Lenkungs-Anforderungen

- Versicherungsunternehmen und –vermittler haben ein Produktgenehmigungsverfahren zu unterhalten
- Verhältnismäßigkeit
- Festlegung eines Zielmarktes
- Regelmäßige Überprüfungspflicht für Versicherungsunternehmen
- Informationspflicht an alle Vertreiber
- Informationsverpflichtung für alle Vertreiber

- Ermächtigung für delegierte Rechtsakte um diese Grundsätze weiter zu bestimmen

- Dieser Artikel gilt nicht für die Versicherung von Großrisiken

Entwurf eines delegierten Rechtsaktes

KAPITEL I

Allgemeine Bestimmungen

KAPITEL II

Anforderungen zur Produktlenkung für Entwickler

KAPITEL III

Lenkungsanforderung für Versicherungsvertreiber

Entwurf eines delegierten Rechtsaktes

KAPITEL I Allgemeine Bestimmungen

Artikel 1 Gegenstand

Diese Verordnung legt Vorschriften für die Pflege, Anwendung und Prüfung von Regelungen zur Aufsicht und Lenkung für Versicherungsprodukte und bedeutende Anpassungen bestehender Versicherungsprodukte fest, bevor diese Produkte auf den Markt gebracht oder an den Kunden vertrieben werden („Produktgenehmigungsverfahren“), sowie auch Vorschriften zu Produktvertriebsvereinbarungen für solche Versicherungsprodukte.

...

- Versicherungsvermittler sind Entwickler wenn sie eine entscheidungsrelevante Rolle bei der Entwicklung eines Versicherungsproduktes haben (Art. 3 (2)).
- Anpassung bestehender Versicherungsprodukte sowie der Entwurf maßgeschneiderter Verträge sind nicht als Entwicklung zu betrachten (Art. 3 (3)).
- Insoweit Versicherungsvermittler und VU als Entwickler anzusehen sind, ist eine schriftliche Vereinbarung über die entsprechenden Rollen im Produktgenehmigungsverfahren erforderlich (Art. 3(4)).
- Diese Verordnung gilt nicht für die Versicherung von Großrisiken (ergibt sich aus Art. 25 (4) IDD).

Entwurf eines delegierten Rechtsaktes

KAPITEL II Anforderungen zur Produktlenkung für Entwickler

Artikel 4 Produktgenehmigungsverfahren

Entwickler haben ein Produktgenehmigungsverfahren für neu entwickelt Versicherungsprodukte und für wesentliche Anpassungen bestehender Versicherungsprodukte zu pflegen, anzuwenden und zu überprüfen. Dieses Verfahren muss Maßnahmen und Verfahrensweisen für Entwurf, Beobachtung, Überprüfung und Vertrieb von Versicherungsprodukten enthalten, sowie auch korrektive Maßnahmen für Versicherungsprodukte, die für den Kunden nachteilig sind.

...

- Definition des Zielmarktes unter Berücksichtigung der Merkmale, Risikoprofile, Komplexität und Art des Versicherungsproduktes (Art. 5).
- Entwickler müssen ihre Versicherungsprodukte angemessen prüfen (qualitativ und quantitativ) bevor das Produkt auf den Markt gebracht wird (Art. 6).
- Entwickler müssen Versicherungsprodukte, die sie auf den Markt gebracht haben, kontinuierlich beobachten und regelmäßig prüfen (Art. 7).

Entwurf eines delegierten Rechtsaktes

KAPITEL II Anforderungen zur Produktlenkung für Entwickler

- Festlegung von Vertriebswegen die dem Zielmarkt entsprechen durch Entwickler (Art. 8 (1)).
- Weitergabe relevanter Informationen über Versicherungsprodukte an Vertreiber durch Entwickler (Art. 8 (2)).
- Entwickler müssen überwachen, dass Versicherungsvertreiber im Einklang mit dem Produktegenehmigungsverfahren des Entwicklers handeln (Art. 8 (4)).
- Produktvertriebsvereinbarungen müssen entsprechend dokumentiert und aufbewahrt werden (Art. 9).

Entwurf eines delegierten Rechtsaktes

KAPITEL III Lenkungsanforderungen für Versicherungsvertreiber

Art. 10 Produktvertriebsvereinbarungen

Versicherungsvertreiber müssen Produktvertriebsvereinbarungen mit angemessenen Maßnahmen und Verfahrensweisen einrichten, um vom Entwickler alle relevanten Informationen über die dem Kunden anzubietenden Versicherungsprodukte einzuholen, und um diese Versicherungsprodukte ... zu verstehen.

...

- Produktvertriebsvereinbarungen müssen auf die Vermeidung und Beseitigungen von Nachteilen für den Kunden ausgerichtet sein und sicherstellen, dass Ziele, Interessen und Merkmale der Kunden angemessen berücksichtigt werden (Art. 10 (2)).
- Jede von Vertreibern erstellte Vertriebsstrategie muss mit jener des Entwicklers übereinstimmen (Art 10 4)).
- Informationspflicht des Versicherungsvertreibers wenn ein Versicherungsprodukt nicht (mehr) mit den Interessen, Zielen und Merkmalen des Zielmarktes übereinstimmt (Art. 11).

Richtlinie (EU) 2016/97

Erwägungsgrund 55

Diese Richtlinie sollte nicht die Vielfalt und Flexibilität der Ansätze beschränken, die Unternehmen verfolgen, um neue Produkte zu entwickeln.