

## ALTERSVORSORGE

## Struck'sches Gesetz

Warum Vermittlerinnen und Vermittler auf Verbesserungen bei der Reform der staatlichen Altersvorsorge hoffen können

Immerhin: **es geht voran**. Der Deutsche Bundestag hat vergangene Woche in erster Lesung das überfällige Gesetz zur **Reform der staatlichen Altersvorsorge** beraten. Der **Nachfolger** der teuren **Rieser-Rente** verspricht transparente Kostenstrukturen und eine stärkere Kapitalmarktorientierung für **höhere Renditen**.

Davon sind die Beteiligten aber noch ein gutes Stück entfernt. Die bislang geplanten **Effektivkosten** in Höhe von **1,5 Prozent** für das Standarddepot sind **unverhältnismäßig hoch** – populäre **ETF-Sparpläne**, mit denen langfristig orientierte Anleger bei **überschaubarem Risiko** auf die globalen Aktienmärkte setzen, sind für **0,3 Prozent** zu haben. Höhere Kosten **fressen Rendite** und **verhindern breite Akzeptanz**.

Nun weiß man spätestens seit dem legendären SPD-Fraktionsvorsitzenden Peter Struck, dass **kein Gesetz den Bundestag so verlässt, wie es eingebracht wurde**. Und tatsächlich fällt die **Kritik an den Kostenplänen** auf fruchtbaren Boden. Finanzausschuss-Mitglied Michael Thewes (SPD) zeigt sich **einsichtig** und

stellt weitere **Verhandlungen in Aussicht**. Gut so, schließlich es geht darum, dass die Menschen künftig **mehr im Depot** haben als **auf dem Sparkonto** oder **unter der Matratze**, so die Losung von Bundesfinanzminister Lars Klingbeil.

Auf die **Wirkkraft des Struck'schen Gesetz** setzt auch die Vermittlerschaft. Der **AfW Bundesverband Finanzdienstleistung** unterstützt das Ziel, die geförderte private Altersvorsorge **flexibler, renditestärker** und für breite Bevölkerungsschichten **attraktiver zu gestalten**. Dazu gehöre aber auch eine **adäquate Vergütung von Beratungsleistungen**. Die **Aufteilung der Abschlusskosten** auf die gesamte Laufzeit dürfte Vermittlerinnen und Vermittler **zu Recht abschrecken** – und der Sache einen **Bärendienst** erweisen: „Ohne angemessene Vergütung wird eine **flächendeckende qualifizierte Beratung** in der geförderten Altersvorsorge **nicht aufrechterhalten** werden können“, warnt **AfW-Vorstand Norman Wirth**.

Der **Versicherungsprofi** wünscht Ihnen und Ihren Kunden **bessere Ergebnisse** aus den **bevorstehenden Lesungen**.

## INHALT

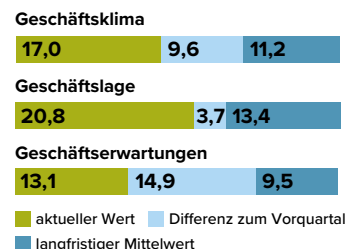
2	<b>Top-Story:</b> Zufrieden mit dem Haftpflicht-Versicherer
4	<b>Magazin:</b> Generation Z ist besonders gestresst
5	<b>Produkt des Monats:</b> Innovativer Schutz für Tiere
6	<b>Interview:</b> Universa-Gruppe auf Erfolgskurs
8	<b>Recht:</b> Aktuelle Urteile und Rechtsfragen
9	<b>Kolumne:</b> Verkäufe keine Produkte, löse Probleme
10	<b>PROMPTI:</b> Aufräumen, bevor die KI übernimmt
11	<b>Scoring I:</b> Europa Leben im Härtestest
13	<b>Scoring II:</b> Universa Kranken im Härtestest

## STATISTIK

## PKV: gute Stimmung

Die privaten Krankenversicherer sind optimistisch. Ihr Geschäftsklima legt gegen den Branchentrend zu (s. Meldung u.).

## Stimmung in der PKV



## ONLINE-BEFragung

## Studie zur nachhaltigen Geldanlage

Der anfängliche Hype um **nachhaltige Geldanlagen** ist spürbar **abgeebbt**. Die Nachfrage entwickelt sich **nicht mehr so dynamisch wie erwartet**, und für Vermittlerinnen und Vermittler von Versicherungen und Finanzanlagen sind die **regulatorischen Vorgaben zu komplex**. Vor diesem Hintergrund laden der **AfW Bundesverband Finanzdienstleistung**, die **Uni Kassel** und das **Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG)** die Vermittlerschaft ein, ihre Erfahrungen zu teilen. Bis zum **13. März** können Interessierte **→ hier** an der anonymen Online-Befragung teilnehmen.

## IFO-GESCHÄFTSKLIMA

## Stimmung trübt sich ein

Die **Stimmung** in der deutschen Versicherungswirtschaft hat sich **zum Jahresende 2025 eingetrübt**. Der **ifo-Konjunkturtest** für das vierte Quartal meldet einen **Rückgang des Geschäftsklimaindex** um 9,8 auf 12,1 Punkte. Die Beurteilung der **Geschäftslage** fällt mit 28,0 Punkten weiterhin deutlich positiv aus, **verliert jedoch gegenüber dem Vorquartal an Dynamik (-10,8 Punkte)**. Auch die **Geschäftserwartungen** geben um 8,9 Punkte deutlich nach und **rutschen mit -2,7 Punkten leicht ins Minus**. Der Dämpfer betrifft die **Sparten Leben und Schaden/Unfall**. In der **PKV hellt sich die Stimmung auf**.

## IMPRESSUM

**Verantwortlich für diesen Newsletter:** FOCUS Magazin Verlag GmbH, Arabellastr. 23, 81925 München, Tel. 0 89/92 50-38 22, Fax: 0 89/92 50-36 10, E-Mail: leserservice@focus-money.de  
 Amtsgericht München HRB 97887 **Ust.Nr.:** DE 811 286 855 **Jährliche Abo-Gebühr:** 500 Euro **Projektleiter und verantwortlich i.S.d. TMG:** Georg Meck, Arabellastr. 23, 81925 München **Redaktion:** Peter Lindemann **Disclaimer:** Sämtliche Inhalte des Versicherungsprofi wurden nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert und formuliert. Dennoch kann weder seitens des Verlags noch seitens der Redaktion eine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit und Genauigkeit dieser Informationen gegeben werden. Die Ausführungen im Rahmen des Versicherungsprofi stellen im Übrigen weder eine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren noch eine Anlageberatung dar. Eine Haftung für eventuelle Vermögensschäden, die durch Anwendung von Hinweisen und Empfehlungen des Versicherungsprofi eventuell auftreten bzw. aufgetreten sind, ist demzufolge kategorisch ausgeschlossen.

► Studie: Gesamtzufriedenheit Haftpflichtversicherer

# Haftpflicht: zufrieden mit dem Versicherer

Eine private Haftpflichtversicherung schützt vor dem finanziellen Ruin. Welche Anbieter mit ihren Produkten und Leistungen überzeugen

Da würde auch der kritischste Verbraucherschützer nicht widersprechen: Die **private Haftpflichtpolice** ist das **Fundament jeder Risikoabsicherung** und darf in keinem Versicherungsordner fehlen. Sie schützt vor den **finanziellen Folgen der gesetzlichen Haftung** nach Paragraf 823 BGB – und damit vor Forderungen, die **schnell existenzbedrohende Dimensionen** erreichen können. „Ohne Haftpflicht sollte niemand aus dem Haus gehen“, sagt Mathias Zunk, Verbraucherexperte beim Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft. „**Im schlimmsten Fall droht der finanzielle Ruin**“, so der Fachmann. Denn bei **Personenschäden** kann es schnell um **Millionen** gehen.

**Gefahren lauern überall.** Leichtsinn, Missgeschick oder Vergesslichkeit: Wer an **fremdem Eigentum** oder gar **Personen** einen Schaden verursacht, ist dafür **schadenersatzpflichtig** – unbegrenzt **mit dem gesamten Vermögen und ein Leben lang**. Die private Haftpflichtversicherung übernimmt bis **zur Höhe der vereinbarten Versicherungssumme** die Kosten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden im privaten Bereich.

**Weiteres Plus:** Versicherte müssen sich nicht mit den **Forderungen der Geschädigten** auseinandersetzen oder Anwälte einschalten. Das übernimmt ebenfalls der Versicherer.

**Nicht versichert** sind **Eigenschäden** oder Ansprüche innerhalb einer Versichertengemeinschaft, wie **Schmerzensgeldforderungen gegen den Ehepartner** nach einem Unfall. **Vorsätzlich** verursachte Schäden und Straftaten sind ebenfalls nicht gedeckt. Das gilt auch für **Geldstrafen** oder reine **Vertragsverletzungen**.

**Viel Leistung.** Moderne Tarife bieten **weltweiten Schutz** mit einem **breiten Leistungskatalog**. Dabei sind die

Kosten überschaubar – sehr gute **Tarife für die ganze Familie** gibt es schon für **unter 100 Euro** pro Jahr.

Umso erstaunlicher, dass rund **jeder sechste Haushalt** auf eine **Haftpflichtpolice verzichtet**. Deshalb sollte jeder Vertrag eine **Forderungsausfalldeckung** enthalten. Die greift, wenn der Versicherungsnehmer selbst geschädigt wird, der Versursacher jedoch nicht zahlen kann.

**Best-Leistungs- oder Innovationsgarantien** stellen sicher, dass Versicherte vom Marktniveau oder **künftigen Verbesserungen profitieren**. Ein Beispiel hierfür sind Schäden durch unbeabsichtigt **übertragene Computerviren**, die im **Bedingungswerk** vieler Altverträge gar **nicht auftauchen**. Dennoch sollten **Vermittler regelmäßig** für ihre Kundinnen und Kunden einen **Tarif-Check** vornehmen.

## Urteil der Versicherten.

Top Schutz ist das eine, **Service, Beratung** oder **Tarifleistung** sind das andere. Ein guter Indikator für Makler ist hier die **Gesamtzufriedenheit** erfahrener Kunden. Das Kölner Institut ServiceValue hat zusammen mit dem **FOCUS MONEY-Versicherungsprofi** knapp **3600 Kundenurteile** zu **36 Haftpflichtversicherern** ausgewertet. Das Ergebnis überzeugt: Mehr als **drei von vier Befragten** sind mit ihrem Anbieter **hochzufrieden (s. Kasten)**.

Außerdem holten die Experten Urteile zu **Kundentreue, Weiterempfehlungsbereitschaft, emotionaler Bindung** und **Loyalität** ein. Diese vier Kriterien sind besonders relevant für die **Kundenbindung** – und damit auch für den **langfristigen und nachhaltigen Erfolg** des Versicherers. Wer auf diesen Feldern überzeugt, zeigen die **Tabellen auf Seite 3**. ■

## KOMPAKT

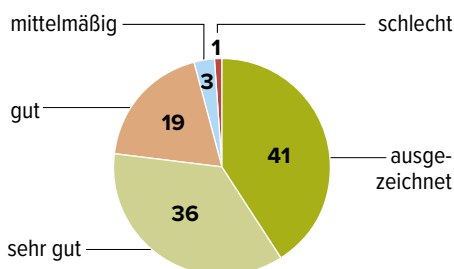
- ✔ **Schadenersatz.** Private Haftpflichtversicherung begleicht kleine und große Forderungen.
- ✔ **Beitrag.** Leistungsstarke Policen sind erstaunlich preiswert.
- ✔ **Tarif-Check.** Best-Leistungs- und Innovationsgarantien sind sinnvoll. Dennoch sollten Makler den Versicherungsschutz ihrer Kunden regelmäßig prüfen.
- ✔ **Studie.** Elf von 36 Haftpflichtanbietern werden von den Versicherten sehr gelobt. Wer außerdem von einer starken Kundenbindung profitiert.

FOCUS MONEY  
VERSICHERUNGSPROFI  
**HÖCHSTE GESAMT-ZUFRIEDENHEIT**  
HAFTPFLICHT-VERSICHERER

## Gesamtzufriedenheit: Diese Haftpflichtversicherer sind die Klassenbesten

„Wie beurteilen Sie Ihren Haftpflichtversicherer insgesamt?“

Durchschnittswerte in Prozent



Noch besser als im Vorjahr: **77 Prozent (+ 2 Punkte) der Kundinnen und Kunden beurteilen die Leistungen ihres Haftpflichtversicherers mit „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“.** Weitere **20 Prozent** vergeben die Note „gut“. **Elf Anbieter performen überdurchschnittlich.**

Unternehmen	Wertung
ERGO	Sehr Hoch
Generali	Sehr Hoch
LVM Versicherung	Sehr Hoch
R + V	Sehr Hoch
Debeka	Sehr Hoch
Württembergische	Sehr Hoch
HUK24	Sehr Hoch
CosmosDirekt	Sehr Hoch
HUK-COBURG	Sehr Hoch
Allianz	Sehr Hoch
ARAG	Sehr Hoch

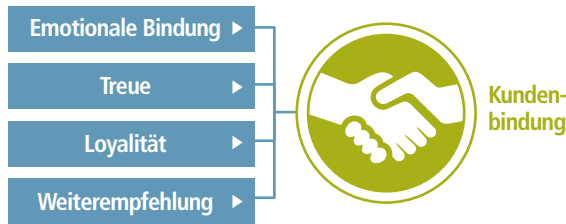
Quelle: ServiceValue

► Studie: Gesamtzufriedenheit Haftpflichtversicherer

## Die Basis der Kundenbindung

### Nachhaltiges Geschäft

Nicht allein die Kundenzufriedenheit entscheidet über den Unternehmenserfolg. Eine hohe Relevanz hat auch die Kundenbindung.



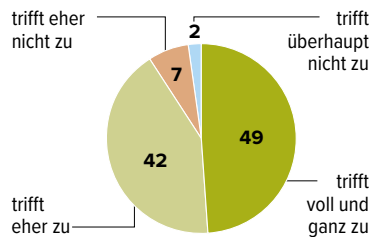
### Emotionale Bindung

Unternehmen	Wertung
HUK24	Sehr Hoch
WGV	Sehr Hoch
Württembergische	Sehr Hoch
DEVK	Sehr Hoch
LVM Versicherung	Sehr Hoch
ARAG	Sehr Hoch
SIGNAL IDUNA	Sehr Hoch
HUK-COBURG	Sehr Hoch

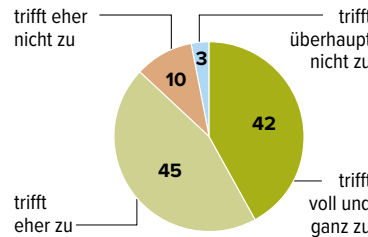
### Treue

Unternehmen	Wertung
HUK-COBURG	Sehr Hoch
DEVK	Sehr Hoch
LVM Versicherungen	Sehr Hoch
CosmosDirekt	Sehr Hoch
Provinzial Versicherungsgruppe	Sehr Hoch
WWK	Sehr Hoch
Allianz	Sehr Hoch
R+V	Sehr Hoch

„Ich fühle mich bei meinem Haftpflichtversicherer gut aufgehoben.“  
Durchschnittswerte in Prozent



„Ich werde auch in zwei Jahren noch Kunde meines Haftpflichtversicherers sein.“  
Durchschnittswerte in Prozent



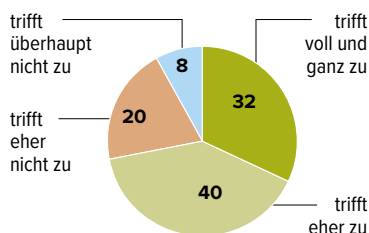
### Loyalität

Unternehmen	Wertung
Württembergische	Sehr Hoch
ARAG	Sehr Hoch
Allianz	Sehr Hoch
Zurich	Sehr Hoch
LVM Versicherung	Sehr Hoch
DEVK	Sehr Hoch
SIGNAL IDUNA	Sehr Hoch
WWK	Sehr Hoch

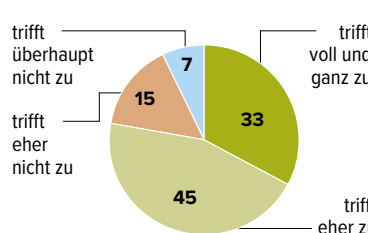
### Weiterempfehlung

Unternehmen	Wertung
DebeKa	Sehr Hoch
DEVK	Sehr Hoch
HUK-COBURG	Sehr Hoch
Württembergische	Sehr Hoch
HUK24	Sehr Hoch
CosmosDirekt	Sehr Hoch
LVM Versicherung	Sehr Hoch
SIGNAL IDUNA	Sehr Hoch
ERGO	Sehr Hoch

„Bei Haftpflichtversicherern kommt für mich nur mein Versicherer infrage.“  
Durchschnittswerte in Prozent



„Ich empfehle meinen Haftpflichtversicherer auch meinen Freunden und Bekannten.“  
Durchschnittswerte in Prozent



In seiner Kundenzufriedenheitsstudie zu **Haftpflichtversicherern** hat das Kölner Analyseinstitut **ServiceValue** nicht nur Aussagen zur **Gesamtzufriedenheit** abgefragt. Für den langfristigen und nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens sind zufriedene Kunden zwar wichtig – die **Kundenzufriedenheit** stellt im mathematischen Sinn aber lediglich eine **notwendige Bedingung** dar. Die hinreichende Bedingung – und damit das **„härtere“ und relevantere Kriterium** – ist die **Kundenbindung**. Erst sie gewährleistet, dass der Kunde auch zukünftig seinen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten wird.

Verbundene Kunden zeichnen sich vor allem durch eine **positive emotionale Einstellung** gegenüber dem Anbieter, eine **hohe Treue und Loyalität** sowie eine **ausgeprägte Weiterempfehlungsbereitschaft** aus.

In der Studie über die Haftpflichtversicherer wird die **Kundenbindung** daher über einen Index aus vier Fragen erfasst (s. Grafiken I.). Die Auswertung zeigt, dass die **emotionale Bindung** der Versicherungskunden an ihren Anbieter sehr hoch ist. **91 Prozent** (2025: 90 %) der Kunden gaben an, sich dort gut aufgehoben zu fühlen („trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“). Die besten Bewertungen bekamen **HUK24, WGV** und **Württembergische**.

Sehen lassen kann sich auch die **durchschnittliche Kundentreue**. **87 Prozent** (2025: 85 %) aller Befragten signalisierten, dass sie **„auch in zwei Jahren noch Kunde“** bei ihrem Versicherer sein werden. Am meisten können sich **HUK-Coburg, DEVK** und **Württembergische** auf ihre Kunden verlassen.

Mit der **Weiterempfehlung** ihres Anbieters an Freunde und Bekannte sind die Kunden zurückhaltender: Wie schon 2025 sind **77 Prozent** dazu bereit. **DebeKa, DEVK** und **HUK-Coburg** profitieren am stärksten von der Mund-zu-Mund-Propaganda.

Die **größte Herausforderung** für jeden Versicherer ist die **Loyalität** der Kunden. Das gelingt unverändert fast drei von vier Versicherern – **72 Prozent** der Befragten halten zu ihrem Anbieter. Die besten Karten haben **Württembergische, Arag** und **Allianz**.

## ► Trends und Produkte

## PRODUKTWELT

## Update für Hausrat

Die VHV Allgemeine hat ihre Hausrat überarbeitet. Elf neue oder verbesserte Leistungen kamen im Tarif „Klassik-Garant“ hinzu, 19 sind es im Tarif „Exklusiv“. So wurden etwa die Diebstahlleistungen und die Absicherungen gegen digitale Risiken erweitert. Damit reagiert die VHV Allgemeine auf das tatsächliche Schadensgeschehen am Markt. Über die Besitzstandsgarantie bei „Exklusiv“ gilt der Versicherungsumfang des Vorvertrages, wenn der Kunde darüber bessergestellt wäre.

## Bonus für Paare

Vor Kurzem hat die Europa wieder ihre Paar-Aktion gestartet. Hierbei profitieren Kunden noch bis Ende Mai von einem attraktiven Beitragsvorteil beim Abschluss einer Risikolebensversicherung. Schließen zwei Partner je eine Risikolebensversicherung ab, erhalten beide Verträge ein Prämieguthaben von je 25 Euro. Die Aktion gilt auch dann, wenn nur eine Risikoleben neu beantragt wird und der zweite Partner schon einen Europa-Vertrag hat, der noch mindestens zwei Jahre läuft.

## Regen-Geld im Urlaub

Berlin Direkt hat ihr Angebot im Bereich parametrischer Versicherungen weiter ausgebaut. Die HanseMerkur-Tochter ist neuer Risikoträger für die Regenversicherung von „Wetterheld“, einem der führenden Anbieter automatisierter Wetterversicherungen in Deutschland. Zielgruppen sind vor allem touristische Unternehmen wie Reiseveranstalter. Die Versicherung leistet, wenn die Regenmenge am Urlaubsort zwischen 10 und 18 Uhr einen festgelegten Schwellenwert überschreitet.

## DIA-STUDIE

## Vorsorge-Dschungel

Das Sparen fürs Alter ist dringend nötig – doch drei Viertel der Menschen in Deutschland finden das Thema kompliziert. Das fand eine Befragung im Auftrag des Deutschen Instituts für Altersvorsorge (DIA) und der Zurich Gruppe Deutschland heraus.

Danach halten 31 Prozent die Altersvorsorge für insgesamt kompliziert, 44 Prozent sind zum Teil dieser Ansicht. In Haushalten mit unter 1000 Euro Nettoeinkommen fehlt besonders häufig der Durchblick ganz (41 Prozent). „Altersvorsorge ist für viele Menschen kein Randthema, sondern eine echte Überforderung. Wer wenig Einkommen hat, fühlt sich besonders häufig abgehängt – und verliert schneller den Überblick“, sagt DIA-Sprecher Peter Schwark. Unter den Befragten, die die Altersvorsorge als kompliziert empfinden, gibt mehr als ein Drittel (37 Prozent) an, dass sie sich deshalb nicht aktiv damit beschäftigen. Die gefühlte Komplexität von Förderlogiken, Steuern und Produkten bremse viele aus, befürchtet Zurich-Vorstand Björn Bohnhoff.

## SWISS LIFE

## Die gestresste Generation

Ein Warnsignal: Jeder zweite junge Mensch in Deutschland steht unter starkem Stress. Auch moderne Arbeitsformen helfen nur bedingt

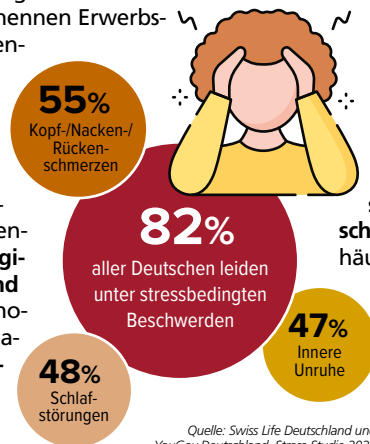
Das Stresslevel in Deutschland ist hoch: 82 Prozent der Bevölkerung zwischen 18 und 80 Jahren litten in den vergangenen drei Monaten unter mindestens einer stressbedingten Beschwerde wie Kopfschmerzen, Schlafstörungen oder innerer Unruhe (s. Grafik). Das zeigt die aktuelle Swiss Life Stress-Studie unter mehr als 2000 Befragten.

Als Hauptfaktoren nennen Erwerbstätige, Auszubildende und Studierende Leistungsdruck (40 Prozent), Überforderung (39 Prozent) sowie Zeitdruck und Überstunden (39 Prozent). „Dass viele Menschen trotz technologischem Fortschritt und Homeoffice über hohe Stressbelastung klagen, ist ein Warnsignal“, sagt Dirk von der Crone, CEO von Swiss Life Deutschland.

Dabei offenbart die Studie einen Generationen-Gap in der Arbeitswelt: Während 37 Prozent der Generation Z, also der 18- bis 28-Jährigen, moderne Arbeitsformen wie Homeoffice und flexible Arbeitszeiten als stressreduzierend empfinden, sind nur 17 Prozent der Babyboomer dieser Ansicht. Gleichzeitig leiden jedoch 48 Prozent der Gen Z unter

hohem Stress. Es sind damit mehr als doppelt so viele wie bei den Babyboomern (20 Prozent).

„Vor allem psychische und physische Beschwerden werden hierbei häufig unterschätzt. Diese sollten unbedingt ernst genommen werden, um nicht langfristig zu erkranken oder gar eine Berufsunfähigkeit zu riskieren“, warnt von der Crone.



## BEFRAGUNG

## Versicherer überschätzen sich bei Prozess und Betreuung

Selbstbild der Versicherer und Fremdbild der Vermittler liegen oft weit auseinander. Das fanden die Versicherungsforen Leipzig mit ihrer Erhebung „Maklermarkt der Zukunft“ heraus.

Ein Kernergebnis der Studie: Bei Tarifierung, Angebot und Antrag bewerteten 64 Prozent der Versicherer ihre Leistung

als „gut“ oder „sehr gut“, elf Prozent sogar als „ausgezeichnet“. Dagegen vergeben nur 36 Prozent der Makler und 35 Prozent der Mehrfachagenten das Prädikat „gut“ oder „sehr gut“. Die Bestnote „ausgezeichnet“ gab es nicht. Ein ähnliches Stimmungsbild zeigt sich hinsichtlich der Qualität des Datenaus-

tauschs. Hauptgrund sei die Kommunikation beim Versicherer. Auch in der Betreuung klaffen die Einschätzungen auseinander: 88 Prozent der Versicherer attestieren sich eine „gute“ bis „ausgezeichnete“ Qualität. Der externe Vertrieb bewertet diese lediglich als „mittelmäßig“ ohne Spitzenleistungen.

► Produkt des Monats

# Tier-Gesundheit mit Vorsorge-Plus

Kolik, Tumor, Bänderriss? Ein krankes oder verletztes Tier kann das Budget enorm belasten. Innovativer Schutz kommt von der Allianz Versicherung

## DIE FÜRSORGE

In jedem zweiten Haushalt in Deutschland lebt ein Hund oder eine Katze. Als Teil der Familie machen sie viel Freude, doch auch Sorgen gehören zum Alltag mit eigenem Tier dazu. Das gilt für die rund 1,3 Millionen Pferde hierzulande ebenso.

Ob Unfallverletzung, Krankheit oder Vorsorge: **Braucht das Tier einen Veterinär, wird das schnell teuer.** Seit Ende 2022 sorgt die neue Gebührenordnung für Tierärzte (GOT) für **stark gestiegene Behandlungskosten** (s. Grafik). Das unterschätzen viele Tierhalter und die wenigsten haben ihre Schützlinge krankenversichert. Hier setzt die **Allianz Versicherung** an und hat ihre **Tierkrankenversicherung** einem grundlegenden Update unterzogen.

## DIE PRODUKTPALETTE

„Geld darf und soll nicht über **Heilung oder Genesung eines Tieres** entscheiden. Eine Tierkrankenversicherung bedeutet dann **eine Sorge weniger**“, sagt Hannah Groethuysen, Leiterin Tierkrankenversicherung bei der Allianz Versicherungs-AG. Seit Kurzem hat der Branchenriese sein **Produkt- und Tarifangebot für Hunde, Katzen und Pferde** weiter differenziert. Für alle drei Tierfamilien gibt es jetzt **je vier OP-Schutztarife und vier Krankenvolltarife** in den Varianten **Basis, Smart, Komfort und Premium**.

„Halterinnen und Halter bekommen für jedes Tier ein Angebot von uns, für alle Rassen und jedes Alter ab acht Wochen“, so Groethuysen. **Auch Hunde und Katzen mit Vorerkrankungen sind versicherbar.** Eine Ausnahme gibt es für wenige Vorerkrankungen beim Pferd. Bei Welpen und Kitzen, die jünger sind als sechs Monate, **entfällt die Wartezeit.**

## DIE LEISTUNGEN

Keine Wartezeit gibt es generell auch bei Behandlungskosten nach Unfällen. In allen Produktlinien erstattet die Allianz **bis zu 100 Prozent**, wobei sich die **Jahreshöchstleistungen** unterscheiden. **Unbegrenzten Schutz** gibt es etwa in der **Premium-Linie** bei Operationen. Für Behandlungen ohne OP liegt das Jahreslimit zwischen 6000 Euro (Katze) und 10000 Euro (Pferd). **Im Notfall leistet** der Versicherer **bis zum vierfachen GOT-Satz** – außer beim Huf蹄. Zusätzliche finanzielle Sicherheit bietet diese Neuerung: Die wählbaren **Selbstbehalte sind gedeckelt.** So zahlt eine Pferdebesitzerin bei zehn Prozent SB maximal 1500 Euro selbst, auch wenn die **Kolik-OP 25000 Euro** kostet.

## DIE HIGHLIGHTS

Mit seinem **Fokus auf Prävention** hebt sich das Allianz-Produkt vom Markt ab. So gibt es in allen Tarifen ab Smart **Zuschüsse zu wichtigen Vorsorgemaßnahmen** wie Impfungen oder Wurmkuren. Das gilt jetzt sogar **für alle OP-Tarife und auch für Pferde.** Hunde bekommen zur Basisvorsorge bis zu 50 Euro (Smart) oder 100 Euro (Komfort, Premium). Außerdem besteht die Chance auf **weitere Vorsorgeboni:** Nach dem ersten leistungsfreien Versicherungsjahr fließen noch mal 50 Euro extra, für alle darauffolgenden schadenfreien Jahre sind es 150 Euro – auch wenn Vorsorgemaßnahmen abgerechnet werden. Weiteres **Highlight:** Durch den Einsatz von **Künstlicher Intelligenz** kann der Versicherer mehr als 40 Prozent aller **digitalen Rechnungen** innerhalb von **weniger als vier Stunden** bearbeiten und auszahlen. ■

## KOMPAKT

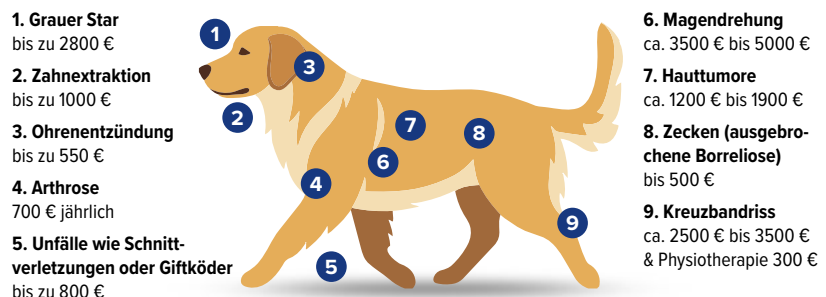
- ✓ **Tierarzt.** Auf Krankheiten oder Unfälle beim Tier folgen meist hohe Arztrechnungen.
- ✓ **Schutz.** Vielen Tierhaltern fehlt finanzielle Absicherung.
- ✓ **Produkt.** Die Allianz Versicherung hat ihr Tierkranken-Portfolio umfassend erneuert.
- ✓ **Angebot.** Breite Absicherung von Hund, Katze und Pferd: alle Tierrassen jeden Alters.
- ✓ **Innovativ.** Leistungen für Vorsorge auch im OP-Schutz.



- Die Allianz Versicherungs-AG ist eine Tochter der Allianz Deutschland AG.
- Sie ist der führende Schaden- und Unfallversicherer in Deutschland. Sitz: München
- Die Bruttobeitragseinnahmen beliefen sich 2024 auf rund 12,1 Milliarden Euro.
- 32,8 Millionen Verträge im Bestand. Zahl der Mitarbeitenden: 8508

## Was der Krankenvollschutz für den Vierbeiner leistet

Teure Hunde-Gesundheit: Von Arthrose bis Zahnextraktion zeigt die Grafik die Top 9 der von der Allianz bezahlten Behandlungen.



## ▶ Vorstandsreihe Universa



**Teamplayer:** Frank Sievert, Dr. Marco Wimmer, Jutta Holzmann und Stefan Krause (v. l.) wollen gemeinsam die Erfolgsgeschichte des mittelständischen Versicherers fort-schreiben

Fotos: uniVersa

## „Wir brauchen eine ständige Bereitschaft zum Wandel“

*Die Universa hat im Februar einen Generationenwechsel im Vorstand vollzogen. Wie sich der erfolgreiche Traditionsversicherer aus Franken künftig positioniert, welche Chancen die Themen Digitalisierung und Künstliche Intelligenz bieten und warum der persönliche Kontakt ein entscheidender Faktor bleiben wird*

### Die Universa hat ihr Vorstandsressort neu besetzt und von drei auf vier Personen ausgebaut. Was steckt dahinter?

**Frank Sievert:** Zwei langjährige Vorstandsmitglieder sind in den Ruhestand gegangen. Wir haben diese Situation genutzt, um uns personell neu aufzustellen und zu verjüngen. Die Aufgabenbereiche werden immer komplexer. Deshalb verteilen wir sie auf vier Köpfe, um so die Herausforderungen gemeinsam zu meistern und die positive Entwicklung unserer Unternehmen auch in Zukunft kontinuierlich und konsequent fortzusetzen. Mit Stefan Krause und Dr. Marco Wimmer haben wir uns aus den eigenen Reihen verstärkt und mit Jutta Holzmann eine Vertriebsexpertin von außen hinzugewonnen.

### Erstmals wurde eine Frau in den Vorstand berufen. Was motiviert Sie vor allem an der neuen Aufgabe?

**Jutta Holzmann:** Mich reizen insbesondere die Gestaltungsspielräume, die ein mittelständisches Unternehmen in der Rechtsform eines Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit bietet. Unsere einzige Anspruchsgruppe sind die versicherten Mitglieder. Sie stehen stets im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir agieren unabhängig und ohne Aktionärsinteressen. Besonders angesprochen haben mich zudem die kurzen Entscheidungswege sowie die konsequente Ausrichtung am langfristigen Kundennutzen. Darüber hinaus ist es mein Anliegen, Menschen aktiv im Transformationsprozess zu begleiten und unseren Vertrieb sowohl persönlich als auch digital kontinuierlich weiterzuentwickeln.



- Lange Tradition und große Erfahrung: Die Ursprünge der Universa Versicherungen reichen bis 1843 zurück.
- Die Gruppe hat ihren Sitz in Nürnberg und ist als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit organisiert.
- Rund 900 Mitarbeiter sowie 6350 Außendienst- und Vertriebspartner.
- Als moderner Finanzdienstleister spezialisiert auf Privatkunden, kleine und mittelständische Unternehmen, Handel und Handwerk.
- Kerngeschäft sind private Krankenversicherung, Berufsunfähigkeitsversicherung, fondsgebundene Altersvorsorge sowie HUK- und Sach-Versicherung.

### Was haben Sie sich für dieses Jahr konkret vorgenommen?

**Holzmann:** Ein Schwerpunkt wird die strategische Ausrichtung unseres Vertriebs sein. Besonders im Maklersegment wollen wir weiter wachsen. In Befragungen werden wir hier beständig als verlässlicher und qualitätsorientierter Partner wahrgenommen. Dennoch dürfen wir uns auf diesem positiven Feedback nicht ausruhen, sondern müssen unsere Betreuung sowie unsere Services stetig weiter verbessern. Dazu zählt unter anderem der Ausbau digitaler Schnittstellen über BiPRO ebenso wie der verstärkte Einsatz von KI. Ziel ist es, die digitale Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern weiter zu erleichtern und sie im operativen Geschäft noch gezielter zu unterstützen.

► Vorstandsrunde Universa

**Digitalisierung ist ein gutes Stichwort. Wie ist die Universa hier aufgestellt?**

**Stefan Krause:** Wir sind auf einem guten Weg. Wir haben unser Kundenportal weiter ausgebaut, bieten digitale Abschlüsse und Bestandsaktionen mit elektronischer Unterschrift sowie in der Krankenversicherung bereits seit Jahren erfolgreich eine App zur Rechnungseinreichung an. Bei der Anbindung der Telematikinfrastruktur liegen wir sehr gut im Rennen. Wir haben das E-Rezept bereits Mitte des letzten Jahres eingeführt und setzen derzeit die elektronische Patientenakte um. Zudem arbeiten wir intensiv an der Erneuerung unserer Kernsysteme.

**Und wo stehen Sie beim Megatrend Künstliche Intelligenz?**

**Krause:** Die geschickte Nutzung von KI ist ein kritischer Faktor für die Zukunftssicherheit. Wir treiben den Einsatz von KI an mehreren Stellen voran: Für fachliche Prozesse wollen wir eine weitergehende Automatisierung erreichen als bisher möglich und damit die Effizienz steigern. Hierfür haben wir mehrere Vorhaben gestartet. Zudem bietet die KI in der Softwareentwicklung ein sehr großes Potenzial, um mehr Geschwindigkeit bei hoher Qualität und höchster Sicherheit zu erreichen. Hier sind wir mitten im Einführungs- und Optimierungsprozess.

**Wie wollen Sie sich im Wettbewerb künftig weiter behaupten?**

**Marco Wimmer:** Für uns steht im Fokus, den Vertriebs- und Kundenservice weiter zu forcieren. Unser Anspruch ist es, die Universa als Serviceversicherer noch stärker am Markt zu etablieren und damit unseren USP deutlich herauszustellen. Service soll weiter ein echtes Abgrenzungskriterium zum Wettbewerb sein. Dazu werden wir etwa unsere Erreichbarkeit steigern und unsere Reaktionsgeschwindigkeit verbessern. Gleichzeitig setzen wir auf eine mehrwertschaffende Kombination aus Mensch und Technik. Der persönliche Kontakt bleibt ein entscheidender Faktor.

**Qualifiziertes Personal ist dazu wichtig. Wie stellen Sie das angesichts des Fachkräftemangels sicher?**

**Wimmer:** Wir sind zum fünften Mal in Folge als Leading Employer ausgezeichnet worden und zählen zu den Top ein Prozent der deutschen Arbeitgeber. Unsere Zusammenarbeit ist geprägt von Vertrauen, Teamarbeit und einer offenen Feedback-Kultur. Wir bieten moderne Arbeitsbedingungen, vielfäl-

tige Angebote zur Personalbindung sowie eine systematische Mitarbeitenden- und Führungskräfteentwicklung. Aktuell haben wir ein neues Mitarbeitenden- und Orientierungsgespräch, ein Laufbahn- und Kompetenzmodell sowie ein 360-Grad-Feedback für Führungskräfte eingeführt.

**Erste Versicherer haben ihre Geschäftszahlen für das vergangene Jahr veröffentlicht. Wie hat sich die Universa entwickelt?**

**Sievert:** Wir werden nach vorläufigen Zahlen erstmals die Milliardengrenze bei den gebuchten Bruttobeitragseinnahmen überschreiten und konnten im sechsten Jahr in Folge in allen drei Versicherungsunternehmen zulegen. 2025 war zudem unser vertrieblich erfolgreichstes Jahr. Kontinuierliches Wachstum, positive Geschäftsergebnisse und eine ausgezeichnete Eigenkapitalausstattung bleiben unser Markenzeichen und sind wichtig für dauerhaften Unternehmenserfolg und sichere Arbeitsplätze.

**Wie schätzen Sie die Geschäftsentwicklung in diesem Jahr ein?**

**Holzmann:** Durchweg positiv. Der Start verlief bereits sehr erfolgreich. Im Januar konnten wir unsere Neugeschäftsproduktion im Vergleich zum Vorjahr erneut um rund ein Drittel steigern. Besonders stark entwickelt sich weiterhin die private Krankheitskostenvollversicherung, allen voran unser Erfolgstarif uniTop|Privat, aber auch der im vergangenen Jahr neu eingeführte Wohngebäudetarif. Zum 1. Februar haben wir unseren Zahnzusatztarif modernisiert. Drei leistungsstarke Tarifvarianten, ein unkompliziertes Vertriebshandling ohne Gesundheitsprüfung sowie zahlreiche attraktive Extras bekommen sowohl im Maklermarkt als auch in unserer Stammorganisation viel Zuspruch.

**Wie fällt das bisherige Fazit im neuen Vorstand aus und welche Ziele verfolgt die Universa künftig?**

**Sievert:** Wir arbeiten bereits sehr gut und vertrauensvoll im Vorstandsteam zusammen und sind voller Tatendrang. Mit einer offenen Kommunikation wollen wir unsere Mitarbeitenden frühzeitig über unsere Pläne und Ziele informieren, sie aktiv einbinden und mitnehmen. Der Wettbewerb um zufriedene Kunden erfordert die ständige Bereitschaft zum Wandel. Die digitale Transformation, eine konsequente Prozessorientierung sowie Vertriebs- und Kundenzentrierung bleiben wichtige Daueraufgaben, um unseren Erfolgskurs fortzusetzen. ■



**Frank Sievert (58)**

**Vorstandssprecher**

Ressorts: Finanzierungen/ Immobilien, Wertpapiere, Kapitalanlagencontrolling/ Solvency II, Recht, Rechnungswesen, Betriebsrestaurant, Vorstandssekretariat

**Jutta Holzmann (46)**

**Vorstandsmitglied**

Ressorts: Vertriebsbereiche Stamm- und Partnerorganisation, Vertrieb-Service-Marketing und Zentrale Services

**Stefan Krause (50)**

**Vorstandsmitglied**

Ressorts: IT-Anwendungs-entwicklung, IT-Betrieb, IT-Dienstleister- und Servicemanagement, Revision, Mathematik

**Dr. Marco Wimmer (46)**

**Vorstandsmitglied**

Ressorts: Governance, Zentrales Controlling, Fachbereiche Lebensversicherung, Krankenversicherung, Allgemeine Versicherung, Prozess- und Betriebsentwicklung, Personal

Fotos: uniVersa

## MAKLERRECHT

## Keine Haftung für fehlende Todesfallabsicherung

Das Oberlandesgericht Dresden hat entschieden, dass Makler nur in Ausnahmefällen zum Abschluss einer Risikolebensversicherung raten müssen. Das Urteil stärkt die Position von Vermittlern

**Der Fall.** Ein Ärzte-Ehepaar ließ sich **umfassend von einem Versicherungsmakler beraten**. Thema war unter anderem auch die **Absicherung der Familie**. Eine **Risikolebensversicherung** wurde jedoch nicht abgeschlossen.

Nach dem unerwarteten Tod des Ehemanns stellte sich heraus, dass **keine ausreichenden Versicherungen** bestanden, um die **Familie langfristig finanziell abzusichern**. Die Witwe erhob gegen den Makler schwere Vorwürfe und **machte 500000 Euro Schadensersatz geltend**. Der Vorwurf: Der Vermittler hätte zwingend zum Abschluss einer Risikolebensversicherung raten müssen.

**Der Rechtsstreit.** Die Klägerin argumentierte, bei einem **Hauptverdiener mit Familie** sei eine **Todesfallabsicherung zwingender Bestandteil** ordnungsgemäßer Beratung. Außerdem sei die **Dokumentation unzureichend** gewesen. Tatsächlich wurde das **Beratungsgespräch** durch den verklagten Versicherungsmakler **nicht dokumentiert**.

Der Makler hielt dem entgegen, sehr wohl eine Risikolebenpolice empfohlen zu haben. **Was zu der Risikolebensversicherung besprochen wurde, blieb zwischen den Parteien streitig**. Es habe aber keine konkrete Abschlussentscheidung gegeben und keine objektive Zwangslage. Eine Risikolebensversicherung sei **keine automatisch geschuldete Standardempfehlung**.

**§ Wirth klärt auf**

Das **Landgericht Dresden** sprach der Klägerin zunächst **375000 Euro** zu, das **OLG Dresden hob dieses Urteil jedoch auf** und wies die Klage in der Berufungsinstanz ab.

**Das Urteil.** Das Oberlandesgericht Dresden (**Az. 3 U 79/23**) stellte in seiner Entscheidung klar: Ein Versicherungsmakler **schuldet eine bedarfsgerechte Beratung**. Eine **generelle Pflicht**, ungefragt zum Abschluss einer Risikolebensversicherung zu raten, **besteht jedoch nicht**. Eine solche Pflicht könne sich nur aus **konkreten objektiven Umständen** ergeben – etwa bei erkennbarer existenzieller Absicherungslücke, hohen finanziellen Verpflichtungen oder wenn eine besondere Gefährdung vorliegt. Im vorliegenden Fall war das nicht gegeben.

**Auch eine lückenhafte Dokumentation führt nicht automatisch zur Haftung**. Der Kunde bleibt darlegungs- und beweispflichtig für eine konkrete Pflichtverletzung.

**Die Bewertung.** Die Entscheidung bringt wichtige Klarheit. **Makler sind Sachwalter ihrer Kunden – aber keine Garanten für jede theoretisch sinnvolle Absicherung**. Beratungspflichten entstehen nicht abstrakt, sondern aus der konkreten Situation. **Entscheidend sind objektive Umstände und sauber dokumentierte Gespräche**. Das Urteil stärkt damit die notwendige Differenzierung. ■

Experte in Sachen  
Versicherungsrecht:  
RA Norman Wirth von  
der Berliner Kanzlei  
Wirth Rechtsanwälte  
[www.wirth-rae.de](http://www.wirth-rae.de)



## INHABERAUSSFALL

### Erfolg für Frauen

Das **Landgericht Hannover** sprach einer selbstständigen Kosmetikerin **6000 Euro Schadensersatz** von der Signal Iduna wegen diskriminierender Versicherungsbedingungen zu. Hintergrund: Der Versicherer hatte im Bedingungsnetzwerk seiner **Inhaberausfallversicherung** Leistungen bei **Arbeitsunfähigkeit wegen Schwangerschaft** oder Mutterschaft ausdrücklich ausgeschlossen. Eine solche **Schlechterstellung von Frauen** sei eine Form der direkten Diskriminierung aufgrund des Geschlechts und daher **unzulässig**, argumentiert das Gericht (**Az. 6 O 103/24, nicht rechtskräftig**).

## BERUFSUNFÄHIGKEIT

### Erfolg für Hufschmied

Kann ein selbstständiger Hufschmied wegen eines **schmerzhaften Rückenleidens** keine Pferde mehr beschlagen, ist er berufsunfähig. Das gilt auch, wenn die körperlich belastenden Arbeiten **weniger als 50 Prozent** seiner gesamten Arbeitszeit ausmachen. Die handwerkliche Arbeit am Pferd stellt den **wertschöpfenden Kern** seiner Arbeit dar, nicht die organisatorischen und administrativen Aufgaben, entschied das **OLG Celle**. Die **Berufsunfähigkeitsversicherung** des Mannes muss ihm nun einmalig **19000 Euro** und eine monatliche **BU-Rente** in Höhe von rund **1600 Euro** zahlen (**Az. 11 U 97/23**).

## PRIVATE PFLEGE

### Niederlage für Eltern

Das **Oberlandesgericht München** hat entschieden, dass **Neugeborene** in der **privaten Pfl egetagegeldversicherung** nur bei einem **Elternteil** nachversichert werden können – auch wenn beide beim selben Versicherer **identische Verträge** haben. Ein Anspruch auf **doppelte Nachversicherung** besteht nicht. Ziel des § 198 VVG sei nur **lückenloser, nicht doppelter Schutz**. Das Argument der Mutter, dass es sich hier hierbei um eine **Summenversicherung** handelt, bei der grundsätzlich **jeder Elternteil** die Nachversicherung im eigenen Vertrag verlangen könne, ließ das Gericht hier nicht gelten (**Az. 25 U 3592/24 e**).

# „Verkaufe keine Versicherung, sondern löse Probleme“

*Fachlich korrekt, aber emotional wirkungslos: Wer seine Kundinnen und Kunden mit Tarifdetails überfordert, anstatt ein Problembewusstsein für Absicherungs- und Vorsorgebedarf zu schaffen, ist als Vermittlerin oder Vermittler auf der falschen Spur, warnt unser Kolumnist Bastian Kunkel. Worauf es in der Beratung ankommt*

**K**ennst du diese Gespräche? Der **Kunde** kommt rein, eigentlich **noch unsortiert im Kopf** – und nach wenigen Minuten reden wir über **Beitragsdynamik, Leistungsbausteine** und **Tarifikürzel**, die selbst wir manchmal nachschlagen müssen. **Klingt nach Fachkompetenz**. Ist aber oft einfach nur **Produkt-Overkill**. Und am Ende passiert genau das, was keiner will: Der **Kunde** nickt höflich, geht raus – und **macht nichts**.

## Verstehe deinen Kunden

Der größte Fehler in der Versicherungsberatung ist **nicht die Auswahl eines falschen Tarifs**. Der **größte Fehler**, der Vermittlerinnen und Vermittlern unterläuft, ist, dass wir **zu früh über Tarife sprechen**. Immer wieder zeigt sich in der Praxis: Viele Kundinnen und Kunden verstehen **zu Beginn des Beratungsprozesses** nicht, welchen **Bedarf sie haben** und **welches Problem gelöst** werden sollte. Wer wacht schon morgens auf und denkt: „Heute will ich unbedingt eine **bessere Nachversicherungsgarantie** für meine Berufsunfähigkeitspolice!“ Es sind immer konkrete **Situationen, Erlebnisse** oder **Hinweise**, die zum Handeln führen.

## Problembewusstsein an erster Stelle

Der **Hebel in der Beratung** ist das Problembewusstsein, das **Produktwissen ist nachrangig**. Wenn jemand nicht begriffen hat, warum seine **Arbeitskraft sein größtes Vermögen** ist, dann ist **jede Diskussion** über Klauseln in der Berufsunfähigkeitspolice **überflüssig**. Sie fällt auf keinen fruchtbaren Boden. Wer nicht versteht, dass ein **Haftpfllichtschaden** den **finanziellen Ruin** bedeuten kann, auf den wirkt die Privathaftpflicht wie ein **nervigtes Abo**. Und wenn jemand glaubt,

**Altersvorsorge** sei ein „Thema für später“, dann kannst du mit **Fondsquoten jonglieren**, bis du blau wirst.

## Bequem, aber nicht erfolgreich beraten

**Viele Beratungen laufen nach dem Muster:** Bedarf grob abfragen, Tarif präsentieren, Unterschiede erklären und auf den Abschluss hoffen. Das ist **bequem, weil's schnell geht**.

Aber genau dadurch **werden wir austauschbar**. Wenn wir nur Tarife vergleichen, **gewinnt** am Ende der niedrigste Beitrag – und **nicht die beste Lösung**.

Aus unserer Beratungspraxis bei **Versicherungen mit Kopf** wissen wir: Sobald der Kunde den **Kontext verstanden** hat, legt er **andere Kriterien** bei der Tarifwahl an. Der Beitrag spielt eine nachrangige Rolle, es geht darum, eine **optimale Absicherung** für ein **relevantes Risiko** oder eine **plausible Strategie** für den Vermögensaufbau zu finden. Und das ist dann ein **komplett anderes Gespräch**.

## Diagnose vor Therapie

So machen wir es: Erst kommt die Diagnose, dann die Therapie. Ich nutze dafür eine einfache Reihenfolge:

- **Ist-Zustand klären.** Was wäre finanziell morgen wirklich ein Problem?
- **Risiko greifbar machen.** Was passiert, wenn du 12 Monate kein Einkommen hast?
- **Ziel definieren.** Sicherheit, Flexibilität, Familie absichern, Vermögen schützen – was ist das eigentliche Ziel?
- **Produkt und Tarif.** Jetzt wird das Produkt zur Lösung – nicht zum Selbstzweck.

Der Unterschied ist elementar: Du verkaufst nicht mehr Versicherung. **Du löst Probleme.** ■



## Fazit: Kontext schlägt Tarif – jedes Mal

Zu viel Produkt, zu wenig Kontext ist der schnellste Weg zu Beratungen, die zwar fachlich korrekt sind, aber emotional wirkungslos. Und ohne Wirkung keine Entscheidung. Wer Kunden wirklich helfen will, muss zuerst dafür sorgen, dass sie verstehen, warum sie handeln sollten – nicht, welchen Tarif sie wählen könnten. Tarifdetails sind das Finish. Problembewusstsein ist das Fundament. Und ohne Fundament brauchst du auch keinen Premium-Tarif mehr zu erklären.

Weitere Informationen: [www.versicherungenmitkopf.de](http://www.versicherungenmitkopf.de)



**Bastian Kunkel** ist Bestseller-Autor („Total ver(un)sichert“), Finanzfachwirt, CEO von VMK Versicherungsmakler und Gründer der Social-Media-Marke „Versicherungen mit Kopf“ mit über 955 000 Followern auf YouTube, Instagram und TikTok.

# Digitale Fitness: Aufräumen, bevor die KI übernimmt!

Mehr Tempo, mehr Service, mehr Innovation versus Jobverlust, Datenmissbrauch und Cyber-Kriminalität: Künstliche Intelligenz ist auch in der Assekuranz Top-Thema. In unserer KI-Kolumne PROMPT! beziehen Experten und Entscheider Stellung. Heute: Johannes Oberhofer, Leiter Digital Hub bei der Bayerischen

## PROMPT

>KI IM FOKUS<

**JOHANNES  
OBERHOFER**

Leiter Digital Hub von  
die Bayerische

## VITA

### JOHANNES OBERHOFER

Der 41-jährige studierte Fitnessökonom und Experte für zukunftsorientiertes Arbeiten hat sich als Speaker, Autor und Coach einen Namen gemacht. Seit Ende 2024 ist er Teil des Führungs-Duos für das KI-Projekt der Bayerischen.

**A**uf den Bühnen der Versicherungsbranche und in den Vorstands-Briefings gibt es derzeit nur ein Thema: Künstliche Intelligenz. Wir diskutieren über automatisierte Schadenregulierung und KI-gestützte Beratungsgespräche. Die Verheißung ist groß: KI soll das Allheilmittel gegen den Fachkräftemangel und die Bürokratielast sein. Doch Hand aufs Herz: Wie sieht die Realität in den meisten Vermittlerbüros aus? Zwischen Kundenanrufen, Portal-Chaos und E-Mail-Flut herrscht oft eher digitale Erschöpfung als Aufbruchstimmung. Und genau hier liegt das Risiko: Wer versucht, einen KI-Turbo auf einen veralteten, stressigen Arbeitsprozess zu setzen, wird nicht effizienter. Er produziert das Chaos nur schneller.

**Digitale Schulden.** Die Pandemie war ein Weckruf. Über Nacht wurden Beratungstermine in Teams oder Zoom verlegt. Das hat den Betrieb gerettet – eine enorme Leistung! Aber der Preis dafür sind „digitale Schulden“. Wir haben die Technik rasend schnell eingeführt, aber nie gelernt, gesund damit umzugehen. Viele Vermittler springen heute im 30-Minuten-Takt durch virtuelle Meetings und beantworten nebenbei E-Mails. Wer permanent im „roten Bereich“ dreht, verliert jedoch kognitive Leistung. Ein erschöpfter Vermittler aber ist der denkbar schlechteste Pilot für eine KI.

Der Impuls ist verständlich: „Lass uns KI nutzen, um endlich Zeit zu sparen.“ Doch so einfach ist die Rechnung nicht. Eine brandaktuelle Studie von Wissenschaftlerinnen der University of California, Berkley, belegt: KI reduziert die Arbeit in der Praxis oft nicht automatisch, sie kann sie sogar massiv intensivieren. Die Forscherinnen identifizierten drei Mechanismen dieser Verdichtung:

**Aufgabenausweitung:** Weil KI den Einstieg so leicht macht, übernehmen wir unmerklich Aufgaben, die wir früher delegiert oder gemieden hätten.

**Verschwimmende Grenzen:** Selbst kleinste Pausen werden genutzt, um der KI noch schnell einen Prompt mitzugeben. Die echte Regeneration fehlt.

**Mehr Multitasking:** Wir jonglieren plötzlich mehrere parallele KI-Prozesse. Die kognitive Belastung steigt.

**Energiequelle oder Stressor?** Solange das Fundament nicht steht – also eine fokussierte Arbeitsweise und saubere Prozesse –, ist KI nur ein Pflaster auf einem Knochenbruch. Bedeutet das nun, dass wir die Finger von Künstlicher Intelligenz lassen sollten? Im Gegenteil! KI ist der mächtigste Hebel, den wir für eine zukunftsfähige Kundenbetreuung haben. Die Studie zeigt uns lediglich schonungslos auf, dass Technologie allein uns nicht rettet. Es geht um eine grundlegende Erkenntnis: Ob KI uns wertvolle Zeit und Energie schenkt oder zum nächsten großen Stressor wird, entscheidet ganz allein unser eigener Umgang mit ihr.

Echte „KI-Readiness“ beginnt deshalb nicht nur mit dem Kauf einer Lizenz, sondern mit „Digitaler Fitness“. Wenn wir lernen, mit den Werkzeugen, die uns heute schon zur Verfügung stehen, energiesparender und fokussierter zu arbeiten, bereiten wir den Boden für echte Co-Intelligenz. Nur wer die eigenen Prozesse im Griff hat, kann sie sinnvoll an eine Maschine delegieren. Wie aber gelingt dieser Schritt in der Praxis? Wie kommen wir vom digitalen Dauerstress zu einer Arbeitsweise, die uns wirklich KI-ready macht? Die vier konkreten Praxis-Schritte für Ihre digitale Fitness lesen Sie im zweiten Teil dieser Kolumne. ■

► Europa Lebensversicherung AG

# Im Härtetest: Europa Leben

Vorsorgeklassiker Lebensversicherung: Wir zeigen, wie sich die Unternehmen im Branchenvergleich schlagen



**D**iesen Profis entgeht nichts: Seit 30 Jahren analysiert die Rating-Agentur Assekurata den deutschen Versicherungsmarkt und bietet Vermittlern und Kunden hilfreiche Orientierung. Außerdem stellen die Kölner Experten die Kennzahlen für den Härtetest von FOCUS MONEY-Versicherungsprofi zur Verfügung.

**Alles im Blick.** Für den Härte-test werden zehn relevante Kennzahlen, die Aufschluss über die Leistungsfähigkeit eines Lebensversicherers geben, mit dem Gesamtmarkt verglichen. Der Test berücksichtigt Anforderungen des Gesetzgebers (Solvency II), wirtschaftliche Indikatoren (Verzinsung, Rendite) und Kun-

denbelange (Kosten, Stornierungen). Gesellschaften, die bei mindestens sechs Kennzahlen den Marktdurchschnitt übertreffen, erhalten die Auszeichnung „Outperformer“.

Ausschlaggebend für die Bewertung ist der 5-Jahres-Durchschnitt. Bei den Solvency-Quoten wird nur das letzte Jahr beurteilt. ■



**Fazit:** Geringe Verwaltungskosten, hohe Solvenzquoten, auskömmliche Renditen und kaum Storno: Die Europa Leben punktet mit exzellenten Kennzahlen. Ein schwacher Immobilienmarkt bremste zuletzt das Wachstum aus.

**KOMPAKT**

Die Europa Lebensversicherung AG ist ein Unternehmen des Continentale Versicherungsverbands. Der Direktversicherer aus Köln wurde 1959 gegründet. 2024 erwirtschaftete die Europa Leben einen Jahresüberschuss von rund elf Millionen Euro.

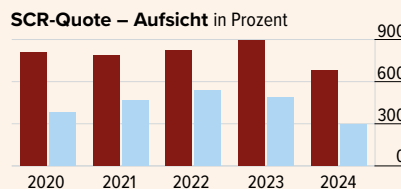
Rating	Bewertung
DFS I	Sehr Gut

Datenquelle: Assekurata

1

### Kapitalanforderungen werden weit übererfüllt

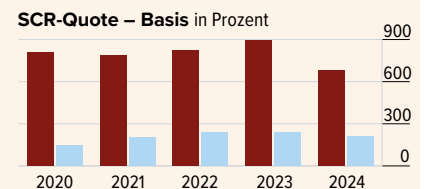
Die Europa legt einen Fokus auf das Geschäft mit Risikopolicen. Hier sind die Kapitalanforderungen vergleichsweise geringer – das hilft bei der aufsichtlichen SCR-Quote. Die erreicht beeindruckende 682,45 % (Markt: 298,39 %).



2

### Geschäftsmix begünstigt gewaltigen Kapitalpuffer

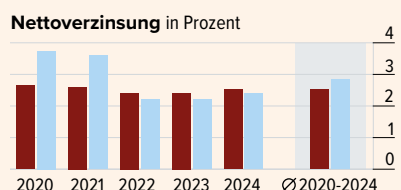
Keine Übergangsmaßnahmen und Volatilitätsanpassungen erforderlich: Die Basis-Solvenzquote entspricht der aufsichtlichen – und fällt mehr als dreimal so hoch aus wie im Gesamtmarkt (210,44 %).



3

### Wieder besseres Ergebnis bei der Kapitalanlage

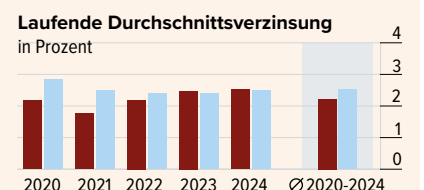
Das dritte Jahr in Folge weist die Europa eine steigende und überdurchschnittliche Nettoverzinsung aus. Im 5-Jahres-Vergleich bleibt sie mit 2,52 % jedoch unter dem Marktdurchschnitt (2,83 %). Ein Problem ist das aber nicht.



4

### Erneuter Anstieg der Durchschnittsverzinsung

Der Aufwärtstrend setzt sich bei der laufenden Durchschnittsverzinsung ebenfalls fort. Das 5-Jahres-Mittel steigt auf 2,22 %. Der Gesamtmarkt profitiert stärker von Ausschüttungen und landet unverändert bei 2,53 %.



■ Europa Leben ■ Marktdurchschnitt

LEXIKON

### Wie sich der Härtestest zusammensetzt

- **SCR-Quote Aufsicht:** SCR-Quote im aufsichtlichen Nachweis ggf. unter Anwendung der Volatilitätsanpassung und/oder einer Übergangsmaßnahme.
- **SCR-Quote Basis:** SCR-Quote ohne Anwendung der Volatilitätsanpassung und/oder einer Übergangsmaßnahme.
- **Nettoverzinsung:** Kapitalanlageergebnis in Prozent des mittleren Kapitalanlagebestands zu Buchwerten.
- **Lfd. Durchschnittsverzinsung:** ordentliches Kapitalanlageergebnis in Prozent des mittleren

- Kapitalanlagebestands zu Buchwerten.
- **Abschlusskostenquote:** Abschlussaufwendungen in Prozent der Beitragssumme Neugeschäft.
- **Verwaltungskostenquote:** Verwaltungsaufwendungen in Prozent der gebuchten Bruttoprämien.
- **Umsatzrendite für Kunden inkl. Zuführung zur ZZR (Zinszusatzreserve):** gesamter Rohüberschuss vor Zuführung zur ZZR in Prozent der Summe aus gebuchten Bruttoprämien (ohne fondsgebundene Lebensversicherung) und Kapitalanlageergebnis.

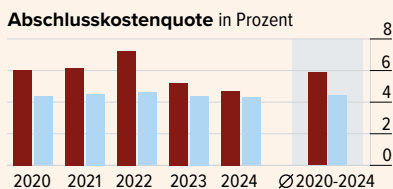
- **Bestandsrendite:** gesamter Rohüberschuss in Prozent der Bruttodeckungsrückstellung und Ansammlungsguthaben.
- **Zuwachsrate APE (Annual Premium Equivalent)-Bestand:** laufende gebuchte Bruttoprämien + 10 % der Einmalprämien.
- **Stornoquote:** vorzeitiger Abgang nach laufendem Beitrag in Prozent des mittleren Jahresbestands.

FOCUS MONEY  
VERSICHERUNGSPROFI  
LEBENSVERSICHERER im  
**HÄRTESTEST**  
URTEIL: **OUTPERFORMER**  
ASSEKURATA

5

### Höhere Abschlusskosten sind nicht provisionsgetrieben

Die Abschlusskosten sind weiter gesunken. Im 5-Jahres-Mittel fällt die Quote spürbar auf 5,87 % – bleibt aber über dem Marktniveau (4,43 %). Das liegt an den geringen Beiträgen für Risikopolizen, die den Abschluss verteuern.



6

### Schlank Strukturen, beeindruckende Effizienz

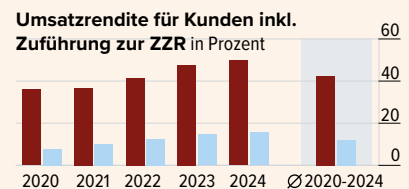
Die Kostenquote in der Verwaltung ist spektakulär niedrig: 0,78 % (5 Jahre). Die Kunden der Europa profitieren von schlanken Strukturen und automatisierten Prozessen. Der Gesamtmarkt verwaltet fast dreimal so teuer (2,24 %).



7

### Die hohe Umsatzrendite für Kunden steigt weiter

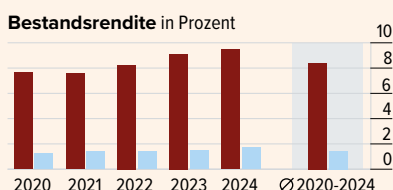
Im Risikogeschäft werden Top-Margen erzielt – das schlägt sich in der Umsatzrendite nieder. Die Europa meldet im 5-Jahres-Mittel 42,31 %, der Gesamtmarkt kommt nur auf 12,10 %. Ein Vergleich ist aber nur begrenzt möglich.



8

### Ausrichtung begünstigt sehr hohe Bestandsrendite

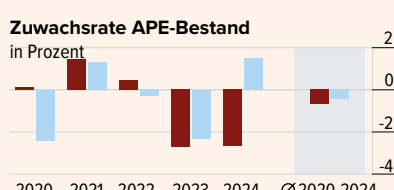
Das margenstarke Geschäft mit Risikoversicherungen macht sich noch stärker bei der Bestandsrendite bemerkbar. Die Europa meldet einen 5-Jahres-Mittelwert von 8,41 %. Da hält der Gesamtmarkt bei Weitem nicht mit: 1,45 %.



9

### Wachstum: Konsolidierung setzt sich fort

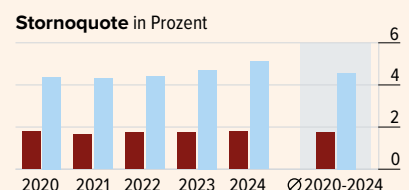
Die Schwäche am Immobilienmarkt hält bei Risikoversicherern nach: Auch die Europa meldet zuletzt einen Prämienrückgang. Im 5-Jahres-Mittel weisen die Kölner nun ein Minus von -0,67 % aus. Der Markt verliert ebenfalls: -0,44 %.



10

### Hohe Kundenzufriedenheit, geringes Storno

Die Stornoquote fällt bei der Europa exzellent aus: 1,75 % (5 Jahre) sind signifikant niedriger als bei der Konkurrenz (4,57 %). Die Kunden sind mit ihrem Versicherungsschutz offenbar sehr zufrieden.



■ Europa Leben ■ Marktdurchschnitt

► Universa Krankenversicherung a. G.

# Im Härtetest: Universa Kranken

Private Krankenversicherung: Wir zeigen, wie sich die Unternehmen im Branchenvergleich schlagen



**D**iesen Profis entgeht nichts: Seit 30 Jahren analysiert die Rating-Agentur Assekurata den deutschen Versicherungsmarkt und bietet Vermittlern und Kunden hilfreiche Orientierung. Außerdem stellen die Kölner Experten die Kennzahlen für den Härtetest von FOCUS MONEY-Versicherungsprofi zur Verfügung.

**Hilfreiche Kennzahlen.** Der FOCUS MONEY-Versicherungsprofi vergleicht zehn relevante Kennzahlen im Zeitverlauf und in Relation zum Gesamtmarkt, die Aufschluss über die Leistungsfähigkeit des privaten Krankenversicherers geben. Der Test berücksichtigt wirtschaftliche Indikatoren (Nettoverzinsung, Ergebnis-

situation) und Kundenbelange (Kosten, Überschussverwendung, Bestandsentwicklung).

Der Härtetest präsentiert nur die Unternehmen, die in mindestens sechs Kennzahlen den Marktdurchschnitt übertreffen. Diese Krankenversicherer erhalten die Auszeichnung „Outperformer“.



**Fazit:** Die Universa Krankenversicherung bleibt sich treu: Sie überzeugt am Kapitalmarkt, hat die Kosten im Griff und punktet mit einem starken Ergebnis. Top für Kunden: Hohe Rückstellungen dämpfen seit Jahren die Anpassungen von Beiträgen.

**KOMPAKT**

Die uniVersa Krankenversicherung a.G. gehört zu den uniVersa Versicherungen, einer Unternehmensgruppe mit Sitz in Nürnberg. 2025 stiegen die gebuchten Bruttobeiträge um 4,4 Prozent auf 945,5 Millionen Euro. Die Zahl der Mitarbeiter lag inklusive des eigenen Außendienstes bei rund 1100.

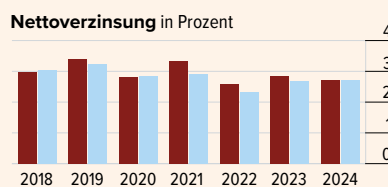
Rating	Bewertung
IVFP	Exzellent

Datenquelle: Assekurata

1

## Das Management der Kapitalanlagen überzeugt

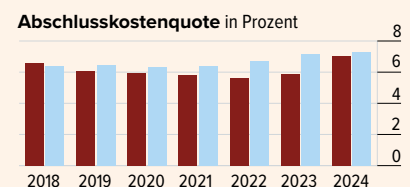
Die Universa liefert das vierte Jahr in Folge ein überdurchschnittliches Kapitalanlageergebnis ab. Aufgrund geringerer Zuschreibungen fällt es mit 2,72 % zuletzt etwas geringer aus als im Vorjahr. Der Gesamtmarkt erzielt 2,70 %.



2

## Solider Kostenvorsprung gegenüber dem Markt

Der Vorsprung gegenüber der Konkurrenz schmilzt – bleibt aber signifikant: Die Universa weist nun eine Abschlusskostenquote von 7,01 % (Markt: 7,30 %) aus. Gestiegene Abschlussaufwendungen machen sich bemerkbar.



3

## Effizienzreserven heben, günstiger verwalten

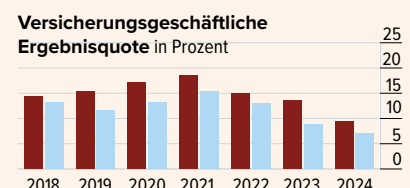
Der Trend setzt sich fort: Die Universa arbeitet Jahr für Jahr effizienter in der Verwaltung. Die Kostenquote sinkt auf zuletzt 2,40 %. Die Konkurrenz meldet hier im Schnitt erneut einen Anstieg – auf nun 2,30 %.



4

## Solide Kalkulation, überdurchschnittliches Ergebnis

Höhere Schadenaufwendungen belasten das versicherungsgeschäftliche Ergebnis. Das gilt marktweit. Die Universa bleibt mit einer Quote von 9,41 % aber klar besser als die Konkurrenz. Der Markt rutscht auf 7,10 % ab.



■ Universa Kranken ■ Marktdurchschnitt

LEXIKON

Wie sich der Härtestest zusammensetzt

- **Nettoverzinsung:** Kapitalanlageergebnis in Prozent des mittleren Kapitalanlagebestands zu Buchwerten.
- **Abschlusskostenquote:** Abschlussaufwendungen in Prozent der verdienten Bruttoprämien.
- **Verwaltungskostenquote:** Verwaltungsaufwendungen in Prozent der verdienten Bruttoprämien.
- **Versicherungsgeschäftliche Ergebnisquote:** Versicherungsgeschäftliches Ergebnis in Prozent der verdienten Bruttoprämien.

- **Rohergebnisquote:** Rohergebnis nach Steuern in Prozent der Summe aus verdienten Bruttoprämien und Kapitalanlageergebnis.
- **RfB-Zuführungsquote:** Zuführungen zur erfolgsabhängigen RfB brutto (Rückstellung für Beitragsrückerstattung) in Prozent der verdienten Bruttoprämien.
- **Umsatzrendite für Kunden:** Zuführungen zur erfolgsabhängigen RfB brutto und gesamte Direktgutschrift in Prozent der Summe aus verdienten Bruttoprämien und Kapitalanlageergebnis.

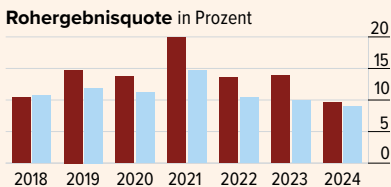
- **RfB-Quote:** Endbestand erfolgsabhängiger RfB (Rückstellungen für Beitragsrückerstattung) in Prozent verdienter Bruttoprämien.
- **Zuwachsrate vollversicherte Personen:** Veränderung der Anzahl vollversicherter Personen in Prozent des Vorjahresendbestands.
- **Zuwachsrate zusatzversicherte Personen:** Veränderung der Anzahl zusatzversicherter Personen in Prozent des Vorjahresendbestands.



5

**Robuste Ergebnisquote beim Rohüberschuss**

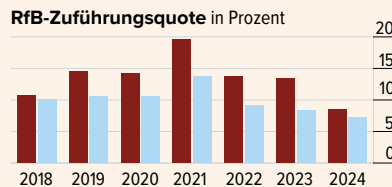
Die Entwicklung beim versicherungsgeschäftlichen Ergebnis macht sich auch beim Rohüberschuss bemerkbar. Dennoch: Die Universa weist hier mit 9,63 % erneut eine überdurchschnittlich hohe Quote auf (Markt: 9,00 %).



6

**Überschussbeteiligung: gute Nachrichten für Kunden**

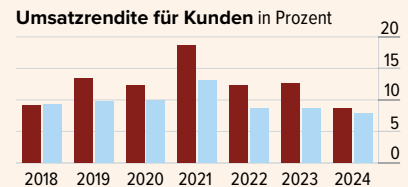
Es bleibt, wie es ist: Die Franken beteiligen ihre Kunden sehr stark am Erfolg des Unternehmens. Die Universa reicht einen Großteil des Ergebnisses über RfB-Zuführungen weiter. Die Quote liegt nun bei 8,55 % (Markt: 7,20 %).



7

**Umsatzrendite: Die Kunden profitieren vom Erfolg**

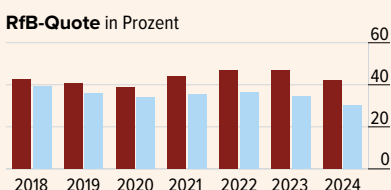
Gute Arbeit am Kapitalmarkt, hohe Beteiligung der Kunden am Rohergebnis: Die Umsatzrendite der Universa liegt fast durchgängig über dem Marktdurchschnitt. Zuletzt melden die Franken 8,68 % (Markt: 7,20 %).



8

**Beiträge: Hohe Rückstellungen dämpfen Anpassungen**

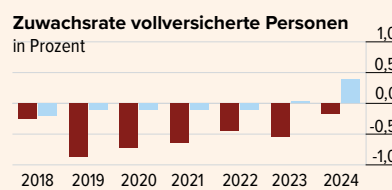
Der leichte Rückgang der RfB-Quote auf zuletzt 42,24 % (Markt: 30,00 %) lässt auf moderate Entnahmen aus dem RfB-Topf schließen. So werden erforderliche Beitragsanpassungen gedämpft. Keine schlechte Nachricht für Kunden.



9

**Schwieriges Marktumfeld in der Vollversicherung**

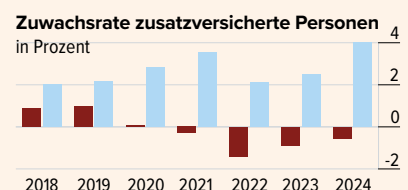
Die Musik in der Krankenvollversicherung spielt in der Beihilfe. Dort liegt nicht der Schwerpunkt der Universa – was das unterdurchschnittliche Wachstum erklärt. Die Quote ist aber unauffällig. Der Gesamtmarkt legt zu auf 0,39 %.



10

**Zusatzversicherung: kein Fokus auf diesem Gebiet**

Das Geschäft mit Zusatzpolizen steht weiterhin nicht im Fokus der Universa. Die Zuwachsrate verbessert sich leicht (-0,56 %) – bleibt aber wie im gesamten Betrachtungszeitraum hinter dem Gesamtmarkt (4,00 %) zurück.



■ Universa Kranken ■ Marktdurchschnitt

# Quartalsgewinn zum Vorteilspreis.

**34 %  
sparen!**



Testen Sie 10 Wochen lang FOCUS-MONEY und profitieren Sie von vielen exklusiven Vorteilen!

- ▶ USB-Stick Twist, 16 GB (D866)
- ▶ Sie lesen 10 Ausgaben für € 23,- und sparen über 34 %
- ▶ Verpassen Sie keine Ausgabe FOCUS-MONEY
- ▶ Lieferung frei Haus
- ▶ Top-Angebote exklusiv für Abonnenten in der FOCUS Vorteilswelt

Aktionsnummer: 634724 M04



» JETZT SICHERN!



**0180 5 480 3000\***

\*€ 0,14/Min. aus dem dt. Festnetz. Aus dem Mobilnetz max. € 0,42/Min

