

Manche Nische entpuppt sich als Sackgasse

Der Versicherungsmarkt konsolidiert sich. Das geht auch an den Maklern nicht spurlos vorüber. Wer sich nicht spezialisiert oder zusammenschließt, hat in Zukunft schlechte Karten

VON BÜLENT ERDOGAN

Der Konzentrationsprozess und der Trend zur Spezialisierung in der Maklerbranche setzen sich fort. „Der mittelgroße Generalist wird es in Zukunft schwer haben. Ich gehe davon aus, dass sich Makler mit 50 bis 100 Mitarbeitern noch stärker spezialisieren oder den Anschluss an größere Gruppen suchen werden“, sagt Tilman Kay, Hauptgeschäftsführer des Detmolder Großmaklers Ecclesia, der etwa 1350 Mitarbeiter beschäftigt.

Seit 1952 ist Ecclesia auf Deckungen für Kliniken sowie kirchliche und soziale Einrichtungen spezialisiert und hat sich in dieser Nische zum Großmakler gemauert. Für dieses Jahr geht Kay von einem Umsatz von 128 Mio. € aus. Gesellschafter von Ecclesia sind die Evangelische Kirche, der katholische Caritasverband und die Diakonie.

Auch Marktführer Aon Jauch & Hübener setzt auf eine weitere Konsolidierung der Branche. Dabei leistet das Unternehmen einen nicht unerheblichen und eigennützigen Beitrag zur Marktberaumung. „Unsere Strategie lautet, gezielt in Regionen oder nach Sparten und Zielgruppen zuzu-

kaufen“, sagt Ralph Liebke, Vorsitzender der Geschäftsführung von Aon Jauch & Hübener Versicherungsmakler. Im Februar erwarb das Unternehmen den Makler Unita, der sich auf die Bau- und Immobilienbranchen sowie freie Berufe spezialisiert hat, und im Oktober den Inhouse-Broker des Stuttgarter Bauunternehmens Wolff & Müller. „Das sind Märkte, die uns immer interessieren“, sagt Liebke. Die Zusammenarbeit mit oder die Übernahme von Platzhirschen mache es dabei einfacher, in diesen Märkten Tritt zu fassen. Weitere Zukäufe seien denkbar.

Gleichzeitig setzt Aon auf den Aufbau interner Expertenteams: „Wir haben beispielsweise innerhalb weniger Jahre eine Einheit aufgebaut, die sich um Sportrisiken und Entertainment kümmert.“ Eine andere Spezialabteilung befasst sich mit Krisenmanagement, zum Beispiel bei Entführungs- und Erpressungsrisiken, Produktschutzthemen oder Terrorgefahren. „Wir wollen weiter wachsen“, kündigt Liebke an.

Doch Größe ist nicht alles. Liebke hat auch das Geschäft vor Ort im Blick. Hier seien kleine Makler gegenüber den großen im Vorteil: Damit von diesem Geschäft etwas abfällt, unterhält Aon ein Netz von regionalen Büros. „Für uns ist unabdingbar, dass wir auch in der Region vertreten sind.“

Nicht jedes neue Geschäftsfeld der Assekuranz entpuppt sich auch als lukratives Betätigungsfeld für Makler. „So hat sich die Deckung von Terrorrisiken trotz anfänglicher Erwartungen nicht als großes Geschäft

herausgestellt“, sagt Liebke. Skeptisch ist er auch beim kürzlich verabschiedeten Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG): „Das ist ein Thema, mit dem man sich auseinandersetzen muss. Aber es ist noch zu früh, um sagen zu können, ob sich hier ein neues Feld für Spezialisten ergeben wird.“

Auch Horst Ihlas vom Kölner Spezialmakler Ihlas & Köberich sieht hier keinen großen Markt. Ihlas glaubt nicht, dass sich gerichtlich festgesetzte Schadensersatzansprüche oberhalb der üblichen Selbstbehalte bewegen werden.

Die Firma Ihlas & Köberich ist seit 2005 aktiv. Der Makler hat sich ganz auf die Nische Financial Lines spezialisiert. Dazu gehören neben den hierzulande bereits bekannten Managerhaftpflichtpolicen auch Prospekthaftungsversicherungen bei Börsengängen, Produkterpressungsversicherungen oder Kidnapping-Policen. „Unser Fokus liegt auf den Top-300-Unternehmen mit Umsätzen von mehr als 2 Mrd. €.“ Aus Risikoversicherung und aus Sicht des Versicherungsnehmers sei es sinnvoll, diese Produkte zusammenzufassen, sagt Ihlas. Komme es zum Schaden, seien

nämlich fast immer mehrere Policen gleichzeitig betroffen.

Ansprechpartner von Ihlas sind konzerneigene Makler und Versicherungsabteilungen. „Die brauchen unser Know-how in den Randsparten der Financial Lines, was oft nur drei bis fünf Prozent der Versicherungskosten ausmacht.“ Dagegen böten Großmakler 100 Prozent der Versicherungen an. Konzerneigene Makler fragten so viel Beratung aber nicht nach.

Ursprungsland der Financial Lines sind die USA. Daher dominierten englischsprachige Vertragstexte, die

nur von wenigen Maklern beherrscht würden. „In dieser Lücke fungieren wir als Spezialmakler“, sagt Ihlas.

Doch die Konzentration auf Nischen birgt auch Tücken. Weil das Wachstum an Grenzen stößt, hat Ecclesia in den vergangenen Monaten kräftig zugekauft, zuletzt den Kölner Industriemakler Sitt & Overlack. „Wenn ein Unternehmen eine Nische durchdrungen hat, wird es schwieriger zu wachsen“, sagt Kay. „Wir wachsen jetzt in weitere Nischen und Geschäftsfelder mit dem Ziel, unsere Position gegenüber den Versicherern auszubauen.“

