

Peter Meier (re.) und Bernhard Heusl von der Nürnberger Versicherung stellen die Weichen in Sachen Zusammenarbeit mit dem Kfz-Gewerbe neu.



Bild: Nürnberger

ZUR PERSON

Peter Meier (56)

Sprecher des Vorstands der Nürnberger Allgemeine Versicherungs AG

Mitglied des Vorstands der Garanta Versicherungs AG und der Nürnberger Beamten Allgemeine Versicherung AG

Seit 1996 ist der Jurist in leitender Position bei der Nürnberger tätig

Bernhard Heusl (60)

Geschäftsführer Nürnberger Auto Mobil Versicherungsdienst GmbH

Zudem Geschäftsführer der Techno Versicherungsdienst GmbH und Geschäftsführer der Garanta Versorgungs- und Versicherungsdienst GmbH

Seit 2008 Leiter Vertrieb Autohaus

NÜRNBERGER VERSICHERUNG

Relaunch ab 1. Oktober

Einerseits investiert der Versicherungskonzern weiter in die Partnerschaft mit dem Kfz-Gewerbe, andererseits richtet sich die Nürnberger neu aus. Wie das zusammenpasst, erläutern Vorstand Peter Meier und der Leiter Vertrieb Autohaus, Bernhard Heusl.

Redaktion: Seit mittlerweile knapp 50 Jahren arbeiten die Nürnberger Versicherung und das Kfz-Gewerbe zusammen. Was ist für Sie das Besondere an dieser Partnerschaft?

Peter Meier: Als berufsständischer Versicherer für das Kfz-Gewerbe wissen wir seit jetzt beinahe fünf Jahrzehnten ganz genau, was die Branche benötigt. Denn wir arbeiten eng mit den Verbänden des Kraftfahrzeuggewerbes zusammen und konzipieren unsere Versicherungs- und Vorsorgelösungen gemeinsam mit Vertretern des Kfz-Gewerbes. Somit können sich die Händler darauf verlassen, dass sie von uns genau die Leistungen bekommen, die für den Erfolg ihres Autohauses entscheidend sind.

Das soll auch künftig so bleiben?

Meier: Ja, erst vor Kurzem wurden die Verträge über die Zusammenarbeit zwischen der Nürnberger und dem Kfz-Gewerbe um weitere zehn Jahre verlängert. Wir setzen auf diese starke Partnerschaft, von der alle Beteiligten profitieren.

Inwiefern?

Meier: Wir bringen die Unfallfahrzeuge in das Autohaus zurück, das die Nürnberger Autoversicherung verkauft hat. Je öfter die Händler also unsere Autoversicherung an ihre Kunden verkaufen, desto höher sind Auslastung und Ertrag in deren Werkstatt. Das ist der entscheidende Vorteil gegenüber vielen unserer Mitbewerber.

Gibt es weitere Vorteile?

Meier: Mit unserem telefonischen Antragservice und unseren Mitarbeitern vor Ort gestalten wir den Autoversicherungsverkauf so einfach wie möglich. Zusätzlich beraten wir die Kunden der Händler rund um die Themen Absicherung, Vorsorge sowie Vermögen. Für unsere Agenturpartner bedeutet das wiederum: minimaler Aufwand bei maximaler Kundenbindung und Ertragssteigerung.

Warum?

Meier: Der Autoverkäufer muss nur den Kontakt zum Kunden herstellen. Um den Verkauf der Autoversicherung kümmern wir uns. Der Erste am Point of Sale ist aber der Autoverkäufer. Und

der soll wissen, warum er seinen Kunden eine Autoversicherung empfiehlt.

Trotz alledem ruft der Konzern eine neue Vertriebsgesellschaft exklusiv für das Kfz-Gewerbe ins Leben. Was hat es damit auf sich?

Bernhard Heusl: Die Nürnberger Versicherung gründet zum 1. Oktober 2020 die Nürnberger Auto Mobil Versicherungsdienst GmbH. Dabei handelt es sich um eine 100-prozentige Tochter der Nürnberger Versicherung. Der bisherige Vertriebsweg Autohaus des Konzerns mit seinen rund 400 Mitarbeitern geht vollständig in das neue Unternehmen über. Das Team steht unseren Autohauspartnern somit weiterhin zur Seite.

Wo liegt ihr Vorteil?

Heusl: Mit dem Vermittlerstatus als Mehrfachagentur erhalten wir mehr Flexibilität und können Versicherungsverträge anderer Gesellschaften bearbeiten oder perspektivisch auch im eigenen Portfolio anbieten.

Und was hat das Kfz-Gewerbe davon?

Heusl: Wir bleiben weiterhin dezentral aufgestellt und rücken sogar noch näher an das Kfz-Gewerbe heran. Denn wir platzieren unsere Standorte bewusst in der Nähe der Verbände des Kfz-Gewerbes oder anderer autonomer Einrichtungen. Somit haben die Autohäuser sowohl ihren Verband als auch ihren berufsständischen Versicherer in der Nachbarschaft.

Welche Vorteile ergeben sich noch?

Heusl: Die Basis der Zusammenarbeit mit unseren Autohausagenturen bleibt bestehen. Es ändert sich keine einzige wirtschaftliche Komponente. Alle Au-

tohauspartner bleiben mit ihrem Vertrag im Nürnberger Umfeld. Somit haben sie langfristige Sicherheit, dass der automobiler Vertriebsansatz der Nürnberger bestehen bleibt und noch ausgebaut werden soll. Die Händler profitieren davon, dass die Vertriebsgesellschaft nun den Status eines Mehrfachvermittlers hat. Denn unser Team kann Autohauspartner und deren Kunden dann auch zu Fremdverträgen beraten beziehungsweise diese

„Als berufsständischer Versicherer für das Kfz-Gewerbe wissen wir genau, was die Branche benötigt.“

Peter Meier, Vorstand Nürnberger Versicherung

auswerten. Gleichzeitig bieten wir als 100-prozentige Tochter der Nürnberger Versicherung die Sicherheit und Solidität einer starken Muttergesellschaft.

Wie groß ist das Team?

Heusl: Von Kfz über Einkommenschutz

bis hin zur Krankenzusatzversicherung beraten rund 400 Beschäftigte zu allen Versicherungsverträgen; und da wollen wir noch einmal rund 20 Prozent dazu bauen. Losgelöst von der reinen Zahl möchte ich betonen, dass für die Nürnberger Auto Mobil allesamt Experten „aus Fleisch und Blut“ arbeiten, die den Händlern in Versicherungsfragen kompetent und zuverlässig zur Seite stehen.

Wie viele Autohäuser betreut das Team?

Heusl: Derzeit betreuen wir über 2.300 Autohauspartner und deren Kunden. Das können gerne auch noch mehr werden, wobei uns wichtig ist, dass die Geschäftsleitung der Betriebe auch dahintersteht.

Wo sehen Sie die Nürnberger Auto Mobil bis 2030?

„Wir bleiben weiterhin dezentral aufgestellt und rücken sogar noch näher an das Kfz-Gewerbe heran.“

Bernhard Heusl, Geschäftsführer Nürnberger Auto Mobil Versicherungsdienst GmbH

Heusl: Die Mobilität der Menschen in Deutschland wird auch in den nächsten zehn Jahren das Thema schlechthin sein. Deswegen haben wir den Namen der neuen Gesellschaft ganz bewusst gewählt: Mobil steht für Mobilität. Aber unsere Partner werden nicht nur mit Autos zu tun haben. Sondern wir müssen gemeinsam mit ihnen die Mobilität ganzheitlich betrachten. Das funktioniert zukünftig auch über neue digitale Verkaufsansätze, die wir momentan entwickeln. Wenn Sie so wollen, sind wir künftig nicht nur Versicherungs-, sondern vor allem Mobilitätspartner für die Autohäuser.

Können Sie diesen Aspekt bitte noch ein wenig konkretisieren?

Meier: Der Konzern wird diese Entwicklung produktseitig eng begleiten. Die neuen Lösungen sollen sich bedarfsgerecht an Lebensstile und Lebensphasen der Menschen anpassen. Dabei spielen die Themen Sicherheit, Gesundheit und eine intakte Umwelt eine Rolle. Stichworte sind unter anderem ökologische Mobility, Shared Mobility, das heißt Zugang statt Besitz beziehungsweise geteilte Mobilität, oder Connected Mobility, das heißt Datenaustausch zwischen Verkehrsteilnehmern, Fahrzeugen und der Infrastruktur zur Optimierung des Verkehrsflusses und der Sicherheit.

Das sind hochgesteckte Ziele.

Meier: Das Zusammenspiel bestehend aus Vertrieb und Produkt ausgerichtet an

den Bedürfnissen der Autohauspartner ist unsere Stärke in der Vergangenheit gewesen – das gilt erst recht für die Zukunft.

DIE FRAGEN STELLTE WOLFGANG MICHEL

ZDK-STATEMENT

Präsident Jürgen Karpinski: „Die Nürnberger ist für uns der Versicherer des Kfz-Gewerbes. Sie hat große Erfahrung und überzeugt mit Kompetenz und Innovation. Mit ihrem Schadenmanagement zum Beispiel setzt das Unternehmen Standards in Deutschland und hebt sich deutlich von anderen Versicherern ab. Und auch für die Zukunft ist der Branchenversicherer bes-

kfz-betrieb

tens gerüstet. Wir nehmen wahr, dass die Nürnberger Versicherung die Interessen des Autogewerbes mit ihrer dezentralen Aufstellung jetzt und zukünftig auch in der Vertriebsgesellschaft sehr gut abbildet. So ist es für uns die logische Konsequenz, dass wir unsere starke Partnerschaft, die bereits seit 1986 durchgehend besteht, um weitere zehn Jahre verlängern.“



Bild: ZDK