

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 3. Auflage	V
Vorwort 2. Auflage	VII
Vorwort 1. Auflage	IX
1 Einführung	1
1.1 Rolle und Bedeutung des Versicherungsvertriebs innerhalb der Assekuranz	1
1.2 Definitionsansätze für den Versicherungsvertrieb.....	2
1.3 Geschichte des Versicherungsvertriebs	4
1.4 Regulatorische Herausforderungen für den Vertrieb.....	9
1.5 Ethische Grundfragen des Vertriebs	15
1.6 Literatur zu diesem Kapitel	22
2 Der Markt der Versicherungsvermittlung	25
2.1 Der Markt der Versicherungsvermittlung als Teil des Versicherungsmarkts	25
2.2 Versicherungsvermittlung als gehandeltes Wirtschaftsgut	27
2.3 Angebots- und Nachfragestrukturen im Markt der Versicherungsvermittlung	31
2.4 Strukturdaten zum Markt der Versicherungsvermittlung.....	38
2.5 Geschäftsmodelle im Versicherungsvertrieb.....	42
2.5.1 Traditionelle Geschäftsmodelle: Kleinvermittler	44
2.5.2 Traditionelle Geschäftsmodelle: Großvermittler	45
2.5.3 Neuartige Geschäftsmodelle	49
2.6 Versicherungsvertrieb in Europa	50
2.7 Europäische Regulierung des Versicherungsvertriebs.....	53
2.8 Literatur zu diesem Kapitel	57
3 Versicherungsvertrieb aus theoretischer Perspektive	59
3.1 Versicherungsvertrieb aus informationsökonomischer Perspektive	59
3.2 Versicherungsvertrieb aus institutionenökonomischer Perspektive	65
3.3 Versicherungsvertrieb aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive	72
3.4 Literatur zu diesem Kapitel	77
4 Typologie des Versicherungsvertriebs	79
4.1 Handelsrechtliche Gliederung des Versicherungsvertriebs	79
4.1.1 Handlungsgehilfe	80
4.1.2 Versicherungsvertreter	81

4.1.3	Handelsmakler	89
4.1.4	Versicherungsvertragsrechtliche Definitionen	91
4.1.5	Sonderfall: Versicherungsberater	95
4.2	Gewerberechtliche Gliederung des Versicherungsvertriebs	97
4.2.1	Gewerbsmäßige Versicherungsvermittlung	97
4.2.2	Gewerbeerlaubnis und Ausnahmen	100
4.2.3	Versicherungsvertreter	104
4.2.4	Versicherungsmakler	109
4.2.5	Voraussetzungen für die gewerbsmäßige Versicherungsvermittlung	110
4.2.6	Vermittlerregister	117
4.2.7	Aus- und Weiterbildungspflichten der im Versicherungsvertrieb Tätigen	118
4.2.8	Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Handels- und Gewerberecht.	128
4.2.9	Überschneidungen zu anderen Finanzdienstleistungsvermittlungen	131
4.3	Ökonomische Gliederung des Versicherungsvertriebs	132
4.4	Rechtsformen von Versicherungsvermittler-Betrieben	136
4.5	Betriebswirtschaftliche Typologisierung des Versicherungsvertriebs	142
4.6	Literatur zu diesem Kapitel	145
5	Vertriebsmanagement des Versicherungsunternehmens.	149
5.1	Vertriebsstrategie	149
5.1.1	Vertriebsziele	150
5.1.2	Abgrenzung des relevanten Marktes	154
5.1.3	Ableitung der strategischen Stoßrichtung	157
5.1.4	Wettbewerbsstrategien	162
5.1.5	Kernkompetenzstrategien	165
5.2	Vertriebsmanagement	166
5.2.1	Aufgaben des Vertriebsmanagements	166
5.2.2	Schnittstellen zu anderen Unternehmensfunktionen	169
5.2.3	Organisatorische Verankerung des Vertriebsmanagements	176
5.3	Vertriebsplanung.	181
5.4	Strukturelle Vertriebssteuerung	184
5.4.1	Vertriebshierarchie	184
5.4.2	Kapazitäts- und Personalplanung im Vertrieb	187
5.4.3	Vertriebswegeadäquate Führung	190

5.4.4	Führungsinstrumente.....	192
5.4.5	Vertragsgestaltung im Vertrieb.....	203
5.5	Personelle Vertriebssteuerung.....	206
5.5.1	Rekrutierung von Personal und Vermittlern.....	206
5.5.2	Personaleinsatz im Vertrieb.....	210
5.5.3	Führung im Vertrieb.....	216
5.5.4	Aus- und Weiterbildung im Vertrieb.....	219
5.5.5	Leistungsstörungen im Vertragsverhältnis.....	225
5.6	Prozessuale Vertriebssteuerung.....	228
5.6.1	Vertriebszielplanung.....	228
5.6.2	Vertriebsserfolgskontrolle und -prognose (Sales Pipeline).....	231
5.6.3	Kundenkontaktmanagement.....	232
5.6.4	Zeit- und Terminmanagement.....	235
5.6.5	Routenplanung.....	236
5.6.6	Verkaufsaktionsmanagement.....	238
5.6.7	Beschwerdemanagement.....	240
5.7	Verkauf.....	244
5.7.1	Verkaufsprozess.....	244
5.7.2	Rechtliche Vorgaben für den Verkauf.....	251
5.7.3	Verkaufsstrategien.....	268
5.7.4	Verkaufstechniken.....	273
5.7.5	Gestaltung der Dienstleistung.....	275
5.8	Vergütungs- und Anreizsysteme im Vertrieb.....	278
5.8.1	Rechtliche Vorgaben zur Vergütungsgestaltung.....	279
5.8.2	Empirische Befunde zur Vermittlervergütung.....	288
5.8.3	Anreiztheoretische Gestaltungskriterien.....	291
5.8.4	Alternative Vergütungssysteme.....	295
5.9	Risikomanagement im Vertrieb.....	306
5.9.1	Aufnahme der Zusammenarbeit mit Vermittlern.....	308
5.9.2	Laufende Überwachung von Vermittlern.....	314
5.9.3	Meldepflichten.....	315
5.9.4	Zahlungssicherung.....	317
5.9.5	Compliance im Vertrieb.....	319
5.9.6	Frühwarnindikatoren.....	320
5.10	Qualität im Vertrieb.....	321
5.11	Fallstudie Vertriebsmanagement.....	326
5.11.1	Ausgangssituation.....	326

5.11.2 Auftrag	327
5.11.3 Lösungsansätze	328
5.12 Literatur zu diesem Kapitel	330
6 Management des Versicherungsvermittlerbetriebs.	335
6.1 Lebensphasen des Vermittlerbetriebs	336
6.2 Existenzgründung.....	343
6.2.1 Persönliche Voraussetzungen	343
6.2.2 Bewertung von Angeboten	345
6.2.3 Kapitalbedarf für die Existenzgründung.....	347
6.2.4 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen des Vermittlungsbetriebs. .	351
6.2.5 Rechtsformen von Vermittlerbetrieben.....	363
6.2.6 Standortwahl des Vermittlerbetriebs	366
6.3 Planung und Steuerung im Vermittlerbetrieb	367
6.3.1 Ziele der Versicherungsvermittler	367
6.3.2 Strategien der Versicherungsvermittler	369
6.3.3 Integrierte Erfolgsplanung	370
6.3.4 Compliance im Vermittlerbetrieb.....	376
6.4 Wertschöpfung im Vermittlerbetrieb.....	382
6.4.1 Wertschöpfungskette und Sourcingstrategien	382
6.4.2 Marketing und Vertrieb des Vermittlerbetriebs	390
6.4.3 Organisation des Vermittlerbetriebs	393
6.4.4 Personalführung im Vermittlerbetrieb	397
6.4.5 Finanzen des Vermittlerbetriebs.....	401
6.5 Beendigung des Vermittlerbetriebs	404
6.5.1 Arten der Beendigung und wirtschaftliche Folgen beim Vertreter	404
6.5.2 Arten der Beendigung und wirtschaftliche Folgen beim Makler. .	406
6.5.3 Ausgleichsanspruch nach § 89b HGB	407
6.5.4 Bewertung des Maklerunternehmens	413
6.6 Fallstudie Existenzgründung im Versicherungsvertrieb	415
6.6.1 Ausgangssituation.....	415
6.6.2 Auftrag	416
6.6.3 Lösungsansätze	416
6.7 Literatur zu diesem Kapitel	420
7 Zukunft des Versicherungsvertriebs	423
7.1 Demografie	423
7.2 Regulierung	424
7.3 Digitalisierung.....	424

7.4	Emanzipierung der Kunden	426
7.5	Professionalisierung des Verbraucherschutzes	426
7.6	Imageproblem	427
7.7	Abhängigkeit von äußeren Rahmenbedingungen	427
Abbildungsverzeichnis		429
Tabellenverzeichnis		433
Abkürzungsverzeichnis		435
Stichwortverzeichnis		437