

Newsroom »Touristik »Veranstalter und Reisebüros »Reiseversicherung als DB-Turbo für den Vertrieb

REISEVERSICHERUNG ALS DB-TURBO FÜR DEN VERTRIEB

FREITAG, 26. FEBRUAR 2010 UM 10:23 UHR

Touristik - Veranstalter

Bei vielen Reisebüros gehört Mondial Assistance bereits zu den Top-Fünf Leistungsträgern

Früher waren sie ein Nebenprodukt, heute gelten Reiseversicherungen als wichtige DB-(Deckungsbeitrag)-Bringer im Reisebüro. „Wir sind für die Reisebüros die Butter aufs Brot“, betonte dieser Tage Christoph Heißenberger, Geschäftsführer von Mondial Assistance in Österreich, in einem Gespräch mit T.A.I. Fuad Izmirlija, Prokurist und zuständig für Sales & Marketing, geht sogar noch einen Schritt weiter: „Bei vielen Agenturen gehören wir als Umsatzbringer bereits zu den Top-Fünf Leistungsträgern.“ Wobei der Markt nach Ansicht von Heißenberger noch nicht voll ausgeschöpft ist: „Von 100 Kunden, die in einem Reisebüro eine Pauschalreise buchen, schließen 55 eine Reiseversicherung ab. Bei Ketten liegt dieser Wert teilweise über 60 Prozent, dort, wo weniger gut gesteuert wird, um die 40 Prozent.“

Die allgemeine Tendenz ist für die Reiseversicherer günstig. „Der Sicherheitsaspekt wird größer und die Bereitschaft zum Abschließen nimmt zu“, so Heißenberger. Auch wenn es sich in Relation zu den Reisepreisen vom Betrag her um kleine Summen handelt, stellen die Reiseversicherungen so etwas wie einen Ertrags-Turbo für den Vertrieb dar. Grund: die Provisionen liegen bei rund dem zweieinhalbfachen Niveau der Vergütungen von Reiseveranstaltern. „Das Reisebüro hebt dadurch den Ertrag pro Reise enorm“, betont Izmirlija.

Ein einfaches Rechenbeispiel zeigt dies deutlich. Ausgehend von den Angaben des ÖRV (Österreichischer Reisebüroverband), denen zufolge einem Reisebüro unter dem Strich zwischen 1 und 1,5 Prozent Ertrag übrig bleiben, sind dies bei einem Reisepreis von 1.800 Euro rund 18 bis 27 Euro. Schließt der Kunde zusätzlich eine Reiseversicherung ab (im Durchschnitt beträgt die Prämie bei einer Pauschalreise 4

bis 5 Prozent vom Reisepreis, also rund 90 Euro), kommen an Reiseversicherungsprovision zwischen 25 und 30 Euro dazu.

Christoph Heißenberger schätzt den Gesamtmarkt für Reiseversicherungen in Österreich vom Prämienvolumen derzeit auf über 110 Mio. Euro pro Jahr (diese Summe beinhaltet sowohl Outgoing- als auch Incomingversicherungen, nicht aber den Assistance-Bereich). Rund die Hälfte davon teilen sich Mondial und die Europäische Reiseversicherung. Ein weiterer Big-Player in diesem Bereich ist der ÖAMTC, der mit seinen rund 1 Millionen Schutzbriefen (der aber kein Reisetorno beinhaltet) rund ein Viertel des Marktes abdeckt. Den Rest teilen sich Anbieter, wie Gerling, Uniqa, Hanse-Merkur sowie die Kreditkarten auf.

Bis vor wenigen Jahren waren Reiseversicherungen bei vielen Pauschalreisen inkludiert. Dies hat sich geändert (Ausnahme: Bentour sowie einige Busveranstalter), da, so Fuad Izmirlija, „das preislich nicht mehr darstellbar war.“ Auch Gründe des Konsumentenschutzes spielen da mit hinein. Reiseveranstalter bieten zwar weiterhin an, dass eine Versicherung optional mitgebucht werden kann, doch der Trend läuft nach Ansicht von Fuad Izmirlija in eine andere Richtung: „Die Reisebüros steuern mehr als früher, sie empfehlen ihren Kunden höherwertige, bessere und provisionsträchtiger Produkte.“ Da Mondial Assistance traditionell nicht so stark im Reiseveranstalterbereich engagiert war und ist (Hauptpartner sind Neckermann und Ruefa, dazu kommen Anbieter auf lokaler Ebene wie Highlife, Herburger, Idealtours oder Christophorus), dafür umso mehr im Retailbereich, sei dies eine große Chance.

Eine weitere Stärke von Mondial sei, so Heißenberger, die „kreative und innovative Produktgestaltung.“ Jüngstes Beispiel dafür ist das im Vorjahr eingeführte All Risk-Produkt, das alle nur denkbaren Stornogründe abdeckt (bei einer normalen Reise-stornoversicherung werden lediglich elf vordefinierte Gründe akzeptiert). Seit heuer gibt es All-Risk ohne Selbstbehalt (davor 20 Prozent). All Risk ist zwar um 25 bis 30 Prozent teurer, als ein klassisches Produkt (Beispiel: bei einer 10-tägigen Familienreise um 3.000 Euro beträgt die Prämie 168 Euro statt 130 Euro), doch der Mehrpreis ist gut angelegt. Heißenberger: „Wir müssen von 100 an uns herangetragenen Schadensfällen 6,5 mangels Deckung ablehnen, 60 Prozent davon

sind Stornos. Wie hoch die Anzahl der tatsächlich nicht gedeckten Stornofälle ist, kann aber niemand sagen, denn die Mehrzahl wird – da kein Stornogrund vorliegt – gar nicht an uns herangetragen.“ Hätte der Kunde ein All-Risk-Produkt gekauft, wäre dies kein Problem. Heißenberger abschließend: „Wir können aus eigener Hand mehr anbieten, als der Mitbewerb. Dadurch sind wir flexibler und schneller. Wir sehen darin einen gewissen Vorteil.“

Mondial Assistance in Stichworten

Mondial Assistance ist mit zwei rechtlich voneinander getrennten Gesellschaften in Österreich vertreten (beides 100-prozentige Töchter der Mutter mit Sitz in Paris): die Mondial Assistance International AG Niederlassung für Österreich (= Reiseversicherung) und die Mondial Assistance GmbH (= Assistance; dazu gehören die Mobilitätsgarantie, Rückholungen, medizinische Versorgung im Ausland etc.). Gearbeitet wird über drei Vertriebskanäle: die Touristik, die Autoindustrie (Mobilitätsgarantie) sowie Banken und Versicherungen. Von Österreich aus (140 Mitarbeiter) werden elf weitere Länder betreut (zusammen 70 Mio. Einwohner, rund 2,5 Mio. versicherte Risiken). In der Zentrale in Wien gehen pro Jahr 140.000 Anrufe ein, es werden 44.000 Assistance-Fälle bearbeitet (davon 10.000 im Medical Competence Center) sowie 14.000 Reiseversicherungs-Fälle (Großteil Storno).