



Sportliche Vermittler im Porträt

Balancieren zwischen Geschäft und Hobby

Aus der privaten Liebhaberei einen Beruf machen und damit Geld verdienen. Davon träumen nicht nur angehende Profi-Sportler, sondern auch viele Sport treibende Versicherungsvermittler. Das VersicherungsJournal Extrablatt stellt drei vor, denen es gelungen ist, beides miteinander zu verbinden.

EVA-BETTINA ULLRICH

In Corona-Zeiten mit geschlossenen Sportstudios entdecken viele Aktive im Laufschrift die Natur neu. Entstehen dadurch neue Risiken, die es abzudecken gilt? Die Antwort lautet nein, denn eine spezielle Police für Läufer und Jogger gibt es nicht. Was es gibt, sind „viele kleine Un-

terschiede bei den Angeboten, auf die man achten sollte“. Versicherungsmaklerin Kim Hahn beschäftigt sich seit zwei Jahren mit „laufenden“ Kunden. Davor war sie eher unsportlich, doch gesundheitliche Probleme sorgten für eine Umorientierung. Inzwischen sind die beruf-



Foto: © Kim Hahn/Privat

Kim Hahn

ist Inhaberin der Leo Forsbeck Versicherungsmakler in Bad Münstereifel und hat sich vor zwei Jahren auf die Zielgruppe Läufer und Jogger spezialisiert. Sie hat über zehn Jahre Erfahrung als unabhängige Versicherungsmaklerin und Ausbilderin im Versicherungswesen. Unterstützt wird ihr dreiköpfiges Team vom Seniorchef, der seit 50 Jahren aktiv ist.

lichen Auszeiten, die sie sich für Trails (englische Bezeichnung für Wanderpfade), Waldläufe oder Marathons nimmt, auch geschäftlich sehr interessant.

Beratung im Laufen

„Als Läuferin lernt man viele Menschen kennen und irgendwann wird dann auch Privates und der Beruf ein Thema. Laufen verbindet, es macht viele Dinge, wie zum Beispiel die Schaffung einer Vertrauensbasis, einfacher. Ein Ein-

sein. Oftmals ist diese anzeigepflichtig, und der Versicherer fragt auch nach alpinen Strecken und Offroad-Läufen. Auch Trailläufe, so wie ich sie oft mache, können ein Ablehnungsgrund sein. Man muss hier den Kunden individuell betrachten und maßgeschneiderte Konzepte stricken.“

Auch eine Unfallversicherung mit einer Gliedertaxe mit besonders hohen Werten für Gliedmaße empfiehlt die Maklerin ihren lauffreudigen Kunden: „Tatsächlich sind die meisten Schäden Unfälle. Eine gute Unfallversicherung ist deshalb

„Die Szene ist sehr gut vernetzt und dort sprechen sich nicht zuletzt Schäden schnell herum.“

Klaus Hain, Inhaber der Carl Rehder GmbH Versicherungsmakler, Seevetal (Hittfeld)

blick in das Privatleben – auch durch soziale Medien wie Instagram – macht vieles lockerer,“ sagt Hahn im Gespräch mit der Versicherungs-Journal-Extrablatt-Redaktion.

Die Maklerin sponsert mittlerweile für einige Laufgruppen Laufshirts. „Das erweckt Aufmerksamkeit, nicht nur bei Läufern, sondern im gesamten Mittelstand vor Ort. Eine Kundin sagte vor Kurzem zu mir: „Kim, ich bin null sportlich, aber du motivierst mich, und ich folge gerne deinen Geschichten auf Instagram. Sie machen es so persönlich und zeigen, dass du auch im normalen Leben echt bist.“ Eine neue Idee, ihr Hobby mit dem Beruf zu verbinden, setzt Hahn seit dem ersten Lockdown um: „Wenn ein Interessent mich um ein erstes Gespräch bittet, und ich weiß, er ist Läufer, findet das Treffen tatsächlich laufend statt. Ich finde es großartig, diese beiden Sachen miteinander zu vereinen.“

Gefahren in Wald und Flur

Hahn startete fulminant: Nach ihren ersten Lauferfahrungen mit weit über 100 Kilogramm Körpergewicht lief sie nach nur acht Monaten ihren ersten Halbmarathon in New York. Nun gibt es kaum einen Trail, an dem sie nicht teilnimmt, und kaum eine Gefahr, die sie nicht kennt: „Läuft jemand in der Natur mit einem Hund, hat er ihn meist nicht angeleint. Die Tierhalterhaftpflichtversicherung sollte also keine Leinenpflicht vorsehen. Bei einer Unfallversicherung/Risikolebensversicherung kann schon das Laufen in den Bergen eine extreme Sportart

durch nichts zu ersetzen.“ Wer in Wald und Flur unterwegs ist, sollte auch unbedingt darauf achten, dass alle Folgen von Zeckenbissen oder Insektenstichen mitversichert sind.

Bei Hahn läuft’s wieder – gesundheitlich wie geschäftlich. Sie gibt gern ihre Erfahrungen weiter und rät Einsteigern, die sich auf eine spezielle Sportler-Zielgruppe ausrichten möchten, ihrem Weg zu folgen: „Verbindet und beschäftigt euch mit dem Thema. Wenn man eine Leidenschaft teilt, ist es einfacher, sich auf den Kunden einzulassen und der Kunde lässt sich einfacher auf den Vermittler ein.“

Profifußballer – die spezielle Nische

Ralf Floßdorf, Inhaber der HDI Generalagentur Ralf Floßdorf in Köln, war ursprünglich für den Gerling-Konzern tätig. Als Gerling im Jahr 2005 vom Talanx-Konzern übernommen wurde, wechselte er mit. Bereits ein Jahr später, noch in der Integrationsphase, verantwortete er dort dann das Thema Sports & Entertainment mit dem Fokus auf Profifußball: individuelle Deckungskonzepte für Vereine und Einzelspieler im Bereich Marktwertdeckung/Invaliditätsversicherung, Kranken- und Unfallversicherung bis hin zu All-Risk-Policen für Vereine oder Spieltagausfalldeckungen. Die Agentur ist zwar breit aufgestellt und betreut Privat- wie Gewerbekunden. Doch sich um weitere Sportarten zu kümmern, war für Ralf Floßdorf nie ein Thema: „Die Fußballbranche kenne ich und sie kennt mich. Es gibt vielfältige Kontakte, Verbin-

dungen und Beziehungen. Das lässt sich nicht einfach aufbauen und schon gar nicht übertragen auf andere Sportarten.“

Der Profifußball ist eine sehr spezielle kleine Nische. Plötzliche Vereinswechsel über Ländergrenzen und Kontinente hinweg, unterschiedlichste Werdegänge und Nationalitäten oder Manager und Vereinsbetreuer, die sich auch um Absicherungslösungen oder die Zukunft ihrer Schützlinge nach der Profikarriere kümmern. Das erfordert von einem Versicherungsvermittler Flexibilität, Kreativität und Beharrlichkeit, um Teil der Community zu werden. „Es gibt nur wenige Marktteilnehmer, da es sich um einen sehr eingeschränkten Interessentenkreis handelt. Dementsprechend ist der Markt überschaubar“, bestätigt Floßdorf. „Weitere Sportversicherungsmakler und Vermittler, die Ventilösungen nutzen, wenige deutsche Spezialversicherer, Versicherer aus England, Italien und Frankreich – das war es im Wesentlichen schon.“

Seine Agentur zählt Vereine der ersten beiden Bundesligen sowie Spieler aus Deutschland und Europa zu ihren Kunden. Früher fungierten verschiedene Versicherer aus Deutschland und Europa bis hin zu Lloyds als Risikoträger. „Seit vier Jahren sind es vorrangig Talanx-Gesellschaften bzw. deutsche Versicherer. Neben der Tatsache, dass der Gerichtsstand Deutschland ist, bedeutet der direkte Kontakt ohne Umwege zu Underwriting und Schadenabteilung der Risikoträgergesellschaften einen weiteren Vorteil für den Kunden.“

Seiner Erfahrung nach sind Vermittler in der Zielgruppe Profisportler nur dann erfolgreich, „wenn sie über Markttransparenz, Kompetenz, Branchenkenntnis, ein Netzwerk und Persönlichkeit verfügen. Zudem sollte man sich auf eine hohe Servicebereitschaft und äußerst individuelle Kunden einstellen können.“ Denn letztlich ist Vertrauen schaffen auch bei dieser Klientel die Grundlage des Erfolgs. Wer sich auf eine sportliche Zielgruppe spezialisieren möchte, sollte auf jeden Fall ein persönliches Interesse an dem Thema haben, kompetent, zuverlässig und beharrlich sein. „Zudem braucht es den festen Willen, sich von anderen Marktteilnehmern positiv abzuheben,“ rät Ralf Floßdorf.

Eine coole Gemeinschaft

Mit „Surf Protect Complete“ bietet Versicherungsmakler Klaus Hain die Möglichkeit, das gesamte Surf-Equipment gegen Diebstahl, Einbruchdiebstahl und Feuer zu versichern, beim Transport – egal ob Pkw, Bus, Wohnmobil, Anhänger (mit Deichselschloss) oder in der Dach-



Foto: © nomadsoul1/freepik.com

box (mit nachgewiesener Sicherung – solides Bügelschloss) –, auf Reisen und auch, wenn es im Fahrzeug zuhause steht. Versicherungssummen zwischen 5.000 und 30.000 Euro können vereinbart werden. „80 Prozent der Verträge werden direkt auf der Homepage abgeschlossen, ohne dass wir Kundenkontakt haben. Die anderen 20 Prozent rufen an, weil sie spezielle Lösungen benötigen“, erklärt Hain. „Es ist nach wie vor ein Nischenprodukt, was keine massenhaften Umsätze auslöst. Allerdings haben wir uns über die Jahre einen gewissen Bekanntheitsgrad in der Szene erworben. Fachmagazine berichten mittlerweile darüber und seit Kurzem haben wir eine Kooperation mit der Sparkasse Holstein abgeschlossen.“

Enthusiastisch erzählt er, wie seine kleine Erfolgsstory begann: „Seit 28 Jahren bin ich begeisterter Zuschauer des Surf-World-Cups vor der Insel Sylt. Diese Woche verbinde ich immer mit einer meiner Leidenschaften, dem Fotografieren. Meine Bilder wurden sogar schon in einer Fotoausstellung auf Sylt gezeigt. Irgendwann saß ich vor meinen Fotos und dachte mir, wie toll, wenn mein Firmenname auf einem der Segel zu sehen wäre.“ Dann half der Zufall und Hain sponserte einen jungen Surfer, der sehr



Foto: © Ralf Floßdorf/Privat

Ralf Floßdorf,

Inhaber der HDI Generalagentur Ralf Floßdorf in Köln, ist seit 1994 in der Versicherungsbranche tätig. Seitdem betreut er Freiberufler, Gewerbe und Mittelständler. Der Fußball kam in den Jahren 2005/2006 hinzu. Inzwischen zählt seine Agentur Vereine der 1. und 2. Bundesliga sowie Spieler aus Deutschland und Europa zu ihren Kunden.



Foto: © Klaus Hain/Privat

Klaus Hain,

Inhaber der Carl Rehder GmbH Versicherungsmakler, Seevetal (Hittfeld), südwestlich von Hamburg, hat sich auf Versicherungen für Surfer spezialisiert (www.surf-insurance.com). Nach acht Jahren Bundeswehr und dem Studium der Wirtschaftswissenschaften wurde er auf Sylt von einem Geschäftsstellenleiter der Allianz angeworben. Eigentlich wollte er sich während der Probezeit einen „richtigen“ Job suchen, da dies nicht sein Traumberuf war. Daraus wurden dann fast elf Jahre bis zum Kauf des Unternehmens Carl Rehder.

schnell erfolgreich wurde. „Irgendwann saßen Vincent und ich beim Bier auf Sylt am Strand und Vincent fragte mich, ob ich nicht mal ein Produkt für Windsurfer entwickeln könnte“, so Hain weiter. Dabei gab es zwei Bedingungen: „Es muss günstig sein, da wir Surfer nie Geld haben, und es muss einfach sein.“

ist in der Szene seit rund 25 Jahren bekannt und mit den meisten Weltklasse-Surfern per Du. Dadurch lernt er andere Sponsoren kennen, wird weiterempfohlen und gewinnt neue Kunden. „Die Szene ist sehr gut vernetzt und dort sprechen sich nicht zuletzt Schäden schnell herum. Wir hatten als einen der letzten großen Schäden



Foto: © wigandt/freepik.com

Begeisterung trägt den Makler weiterhin, denn Geld verdient er nur, wenn der Interessent den Vertrag auf der Homepage abschließt: „Müssen wir in die Beratung, ist die Marge schnell aufgebraucht. Bei uns macht es die Masse.“ Wenn andere Vermittler bei ihm anfragen, hilft er gern, warnt aber: „Finanziell bringen vereinzelte Policen nichts. Das müsste unter Kundenservice verbucht werden.“ Auch die Cross-Selling-Möglichkeiten sind eher dürftig, da Surfer meist ein einfaches Leben führen und als Sportler vergleichsweise sehr schlecht bezahlt werden.

einen in Südfrankreich aufgebrochenen Bus. Surf-Equipment im Wert von 28.000 Euro wurde gestohlen. Das machte in der Windsurfszene die Runde – unsere schnelle Schadenregulierung übrigens auch.“

Ebenso wie bei seinen Vermittlerkollegen sind für Hain die Aspekte, „Teil des Netzwerkes zu sein“ und „die speziellen Sorgen und Nöte der Sportler zu kennen“ – neben dem eigentlichen Versicherungs-Know-how – die entscheidenden Erfolgsfaktoren. „Ich vermute, dass Nischenprodukte nicht zu Reichtum führen, aber uns macht unser Produkt einfach Spaß – und Spaß gehört ja auch dazu.“ Selbst in Corona-Zeiten versucht er, bei jedem Surf-Event auf deutschem Boden dabei zu sein. Dort verteilt er Mützen, Taschen und zeigt einfach Flagge. Denn: „Surferinnen und Surfer sind eine tolle Truppe. In der Regel immer entspannt, lässig und neudeutsch einfach cool.“

FAZIT

Erfolgreiche Spezialvermittler sind mit ihren Sportarten bestens vertraut, in der Szene bekannt und hervorragend vernetzt.

Spaß, aber nicht reich

„Surfer sind dennoch zufrieden, ausgeglichen und einfach nur gute Typen. Ich mag diese Gelassenheit und hätte manchmal gerne etwas davon“, wünscht sich der Makler. Sein Vorteil: Er