

# D&O-Policen gegen Managementfehler liegen im Trend



Im Herbst 2012 hat die buw Unternehmensgruppe den Schritt ins Versicherungsfach getan. Gut ein Jahr später blickt das eigens gegründete Unternehmen, die DMM Deutsche Mittelstands Makler GmbH (DMM), auf eine erfolgreiche Entwicklung zurück. Von Osnabrück und einem zweiten Büro in Duisburg aus betreut das Team um Tim Bormann seinen wachsenden Kundenstamm. Für den Kundenmacher gibt Tim Bormann ein Update zur aktuellen Situation des Unternehmens.

## buw und Versicherungen – wie passt das zusammen?

Die 20-jährige Expertise im Kundenmanagement wurde mit externer Versicherungsexpertise zusammengeführt und dem gruppeneigenen Dienstleister-Gen verbunden. Daraus ist eine sehr innovative Mischung entstanden, die es in dieser Form im Maklersegment noch nicht gab. Die DMM versteht sich zudem wie buw selbst als Qualitätsdienstleister. Sie erweitert das Portfolio der buw Unternehmensgruppe um ein sehr passendes, neues Geschäftsmodell.

## Was hat sich in den letzten fünfzehn Monaten bei DMM getan?

Wir haben praktisch bei Null angefangen, wie damals buw selbst, aber mit dem richtigen Thema und der notwendigen Expertise in der Hand. Zunächst ging es um den Aufbau der erforderlichen Strukturen für das operative Geschäft. Nicht zuletzt dank unserer erfolgreichen telefonischen Vertriebsunterstützung – und darin liegt ein

ganz entscheidender Wettbewerbsvorteil – betreuen wir inzwischen neben unserer Muttergesellschaft buw einen stetig wachsenden Kundenstamm in Versicherungsfragen. Wie erwartet haben wir branchenübergreifend spannende Kunden gefunden, die unser Wachstum voranbringen. Derzeit suchen wir sowohl für den Innen- wie den Außendienst weitere Teamplayer zum Aufbau unseres Unternehmens.

## Welche Vorteile bringt DMM seinen Mandanten?

Unsere Mitarbeiter begegnen unseren Kunden auf partnerschaftlicher Augenhöhe, sie bringen fundiertes Expertenwissen im Segment der Gewerbe- und Industriekunden aus dem Bereich des gehobenen Mittelstandes mit. Genau diese Firmen bilden auch unsere Zielgruppe, die wir mit unseren Leistungen ansprechen. Was uns zusätzlich auszeichnet, ist unsere sprichwörtliche Kundennähe. Die realisieren wir einerseits dank einer gut durchdachten Außendienststeuerung, andererseits durch unsere Eins-zu-eins-Betreuung. Nicht zuletzt schätzen unsere Kunden außerdem, dass wir ihre Versicherungskosten im Bestand optimieren und bei Neuabschluss dank effizienter Prozesse hervorragende Angebote unterbreiten können. Wir entwickeln gemeinsam mit Kunden und Versicherungen passgenaue Lösungen für den aktuellen und künftigen Bedarf. Jedes Unternehmen ist dynamisch, und diese Dynamik wirkt sich auch auf den Bedarf im Versicherungsschutz aus.

## Welche Versicherungsthemen bewegen den Mittelstand derzeit?

Wir machen derzeit drei große Trends aus. Gefragt sind erstens Directors and Officers-Versicherungen, kurz D&O. Diese Produkte decken Haftungsrisiken aus Management-

fehlern ab, und zwar sowohl das operative Geschäft, als auch strategische Entscheidungen betreffend. Zudem suchen Firmen vermehrt nach Schutz vor Cyber-Risiken. Die klassischen Sach- und Haftpflichtversicherungen decken derlei Gefahren in der Regel nicht ab. Die öffentliche Debatte angesichts des NSA-Skandals befeuert zusätzlich die Sensibilität der Unternehmer für dieses Thema – und den Bedarf an entsprechenden Versicherungslösungen. Drittens wünschen sich Unternehmen generell eine strukturierte Betreuung durch Versicherungsspezialisten im gewerblichen Bereich. Mangelnder oder fehlerhafter Versicherungsschutz kann zu teuren, nicht selten existenzbedrohlichen Situationen eines Unternehmens führen. Praktisches Expertenwissen, welches eigentlich eine Selbstverständlichkeit in unserem Bereich sein sollte, wird deshalb immer stärker seitens der Versicherungsnehmer nachgefragt.

## Wie sind die Aussichten auf das laufende Jahr?

DMM erweitert konsequent seinen Kundenstamm. Das Versicherungsgeschäft ist, speziell im gewerblichen, industriellen Bereich, eine Vertrauensfrage. Erwartungsgemäß bedarf es einer gewissen Anlaufphase, um die Entscheider für einen neuen Partner zu gewinnen. Als junger Makler haben wir uns bereits gut etabliert und bearbeiten den Markt weiterhin sehr systematisch. Bestandskunden werden weiterentwickelt und weitere Kunden werden dazu kommen. Wir gehen von einem erfolgreichen Jahr 2014 mit vielen neuen Kunden im eigenen Bestand aus.

## KONTAKT

Tim Bormann

DMM Deutsche Mittelstand Makler GmbH

Telefon: 0541 933992-2080

tim.bormann@mittelstandsmakler.com

# buw Callcentertag 2014 Save the Date

## O-TÖNE AUS DEM VORJAHR

„Inhaltlich & organisatorisch super; bitte Eins zu eins in 2014 wiederholen!“

„Sehr guter Austausch und sehr gutes Networking untereinander. Aktiver Dialog statt Dauer-Frontbeschallung und ein guter Teilnehmer-Mix!“

„Super organisierte Veranstaltung. Wer da nichts mitnimmt, dem ist nicht zu helfen.“

