



◀ v. l. n. r. **Wera Sanders**, Tribe Lead Home&Living und damit verantwortlich für die private Sach- Haftpflicht Sparte und **Dr. Frederick Krummet**, Leiter Makler-Vertrieb bei AXA

INTERVIEW

Privat-Schutz – das digitale Privatkundenprodukt von AXA

Mein Geld im Gespräch mit Wera Sanders und Dr. Frederick Krummet zum Thema: Wie AXA Top-Leistungen und digitale Beratung im Sach- und Haftpflichtgeschäft zusammenführt

2023 hat AXA nach vielen Jahren die durchaus erfolgreiche Produktlinie BOXflex durch die Produktlinie Privat-Schutz ersetzt. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

DR. FREDERICK KRUMMET: Der Maklermarkt im Privatkundenbereich hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Die Makler:innen erwarten zunehmend einfache, schnelle und digitale Prozesse. Gleichzeitig gewinnen die professionellen Vergleichsportale zunehmend Marktanteile. Das bedeutet, wir müssen für jedes Kundensegment – von den preisaffinen bis hin zu den sehr anspruchsvollen Kund:innen – ein wettbewerbsfähiges Angebot bereitstellen. Wir haben diese Herausforderung angenommen und mit Privat-Schutz erstmals ein Produkt aufgelegt, das ausschließlich auf den Maklermarkt zugeschnitten ist. Mit den drei Produktlinien basis, kompakt und komfort bieten wir für alle Kundenbedürfnisse marktgerechte Lösungen an.

Was sind die Hauptgründe für das Upgrade des Hausratprodukts komfort gut ein Jahr nach Markteinführung der

Produktlinie Privat-Schutz und welche Marktbedürfnisse wollen Sie damit ansprechen?

WERA SANDERS: Schon im letzten Jahr haben wir unser Produkt Hausrat stufenweise verbessert. Wir haben nicht nur die maximal mögliche Versicherungssumme erhöht, sondern auch die Wertsachenabsicherung optimiert. Zusätzlich gibt es seit November 2023 in allen wichtigen Sparten von Privat-Schutz die Ergänzungsdeckung. Wir sind davon überzeugt, dass kontinuierliche Verbesserungen des Produktes, die sich an den Anforderungen des Marktes orientieren, sowohl unserem Angebot als auch unseren Kund:innen zugutekommen. Und durch die Leistungs-Update-Garantie profitieren auch unsere Bestandskunden davon.

Auf welche Neuheiten können sich fortan Makler:innen und Kund:innen freuen?

WERA SANDERS: Besonders in der Produktlinie komfort unserer Hausratversicherung war es uns wichtig, auf aktuelle

Bedürfnisse unserer Kund:innen einzugehen. So gewähren wir in der Außenversicherung nun eine Abdeckung bis zur Versicherungssumme. Ein weiteres Highlight ist, dass wir auf einen Einwand bis zur Versicherungssumme verzichten, wenn Obliegenheiten und Sicherheitsvorschriften grob fahrlässig verletzt wurden. Außerdem haben wir die Deckungssumme bei Schäden durch Phishing auf 3.500 Euro erhöht. Weiterhin gewähren wir nun Mehrkosten durch Technologiefortschritt bis zur Versicherungssumme.

Die Anzahl der Produkthanbieter ist im privaten Sachversicherungsmarkt enorm. Was unterscheidet die Produkte, aber auch die Marke AXA von denen Ihrer Mitbewerber?

DR. FREDERICK KRUMMET: Es ist eine Kombination aus mehreren Faktoren, die unser Angebot im privaten Sachversicherungsmarkt sowohl für Makler:innen als auch für Kund:innen besonders interessant macht. Zum einen sorgt unsere langjährige Erfahrung dafür, dass unsere Produkte zu den besten Produkten im Markt gehören und unseren Kund:innen eine perfekte Balance aus Preis und Leistung bieten. Ein weiteres Plus ist unsere ausgeprägte Serviceorientierung gegenüber den Makler:innen. Gerade mit Privat-Schutz punkten wir mit einfachen, schnellen, digitalen Prozessen. Das gilt für den Vertragsabschluss ebenso wie für das Schadentracking und das Bereitstellen von Daten über die BIPRO-Schnittstelle.

Ihre Hausratversicherung wurde von ASCORE Analyse gerade als Tarif des Monats ausgezeichnet – sie hat also die

Analysten überzeugt. Was geben Sie Makler:innen und Berater:innen mit, um die Kunden zu überzeugen?

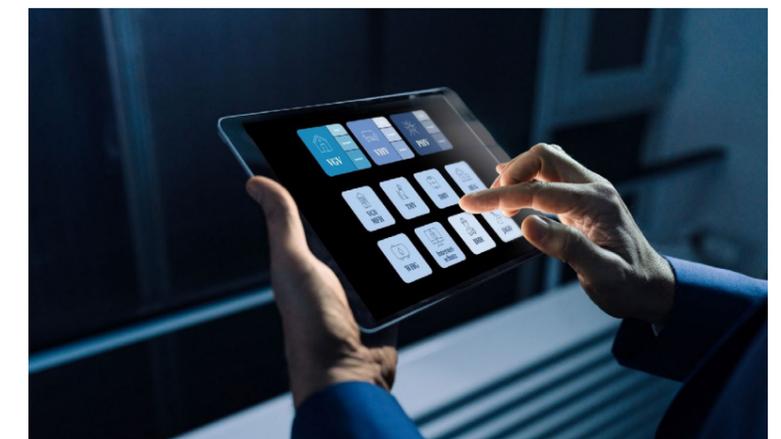
DR. FREDERICK KRUMMET: Was die überzeugenden Argumente angeht, benötigen die Makler:innen vermutlich kaum Tipps von uns. Da sind sie die Profis – und das Produkt spricht für sich. Aber ein Punkt ist aus unserer Sicht erwähnenswert: Es geht darum, ganzheitlich zu beraten. Preis und Leistung sind zweifellos wichtige Indikatoren für ein Produkt, aber Service- und Zukunftsorientierung sowie die Marktstärke des Anbieters sind entscheidende Kriterien bei der Auswahl der richtigen Versicherung.

Wenn Sie Ihr neues Hausratprodukt komfort in drei Worten beschreiben müssten, welche wären das?

WERA SANDERS: Einfach, leistungsstark, digital!

Vielen Dank für das Gespräch.

i Weitere Informationen finden Sie unter: www.axa.de



Anzeige Bild: © ASCORE