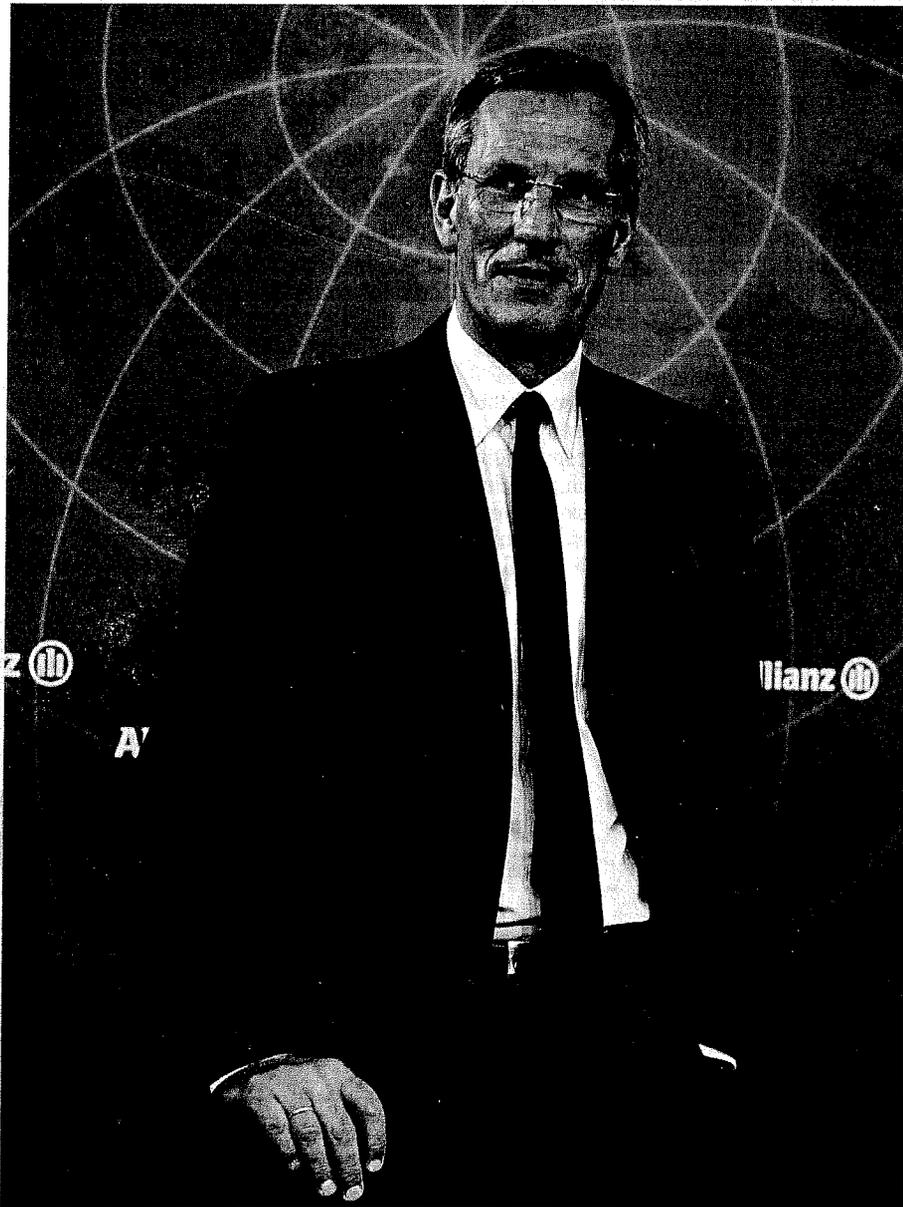


KONZERNE

# Die Rache der Vertreter

Der geplante Totalumbau der Allianz sorgt in der Belegschaft für helle Aufregung: Viele Mitarbeiter bangen um ihren Job – und um ihre Provisionen.



Allianz-Chef Diekmann: „Wir verschleifen zu viel Energie“

**H**ansjörg Cramer ist mit Leib und Seele das, was in der edlen, seltsam stillen Zentrale der Allianz halb bewundernd, halb despektierlich „ein Frontschwein“ genannt wird. Er muss als Vertriebschef die großen Strategieentwürfe aus der Münchner Königinstraße den über 16 000 deutschen Allianz-Vertretern erklären.

Weil Allianz-Chef Michael Diekmann den radikalsten Umbau in der 115-jährigen

Geschichte des größten Versicherers Europas angezettelt hat, ist Cramer in diesen Tagen besonders gefordert. Die Provisionen blieben unangetastet, der Vertrieb werde ausgebaut, in Zukunft ginge alles schneller, versicherte er vorvergangenen Montag den Delegierten der mächtigen Interessengemeinschaft der Vertreter. Kein Grund zur Aufregung, das war die Botschaft.

Verunsicherte Mitarbeiter kann sich die Allianz nicht leisten. Die über 10 000 selb-

ständigen Versicherungsagenturen bilden das Rückgrat des Konzerns; das Risiko, dass davon eine größere Anzahl abwandert, ist groß. Expansive Wettbewerber, wie die Continentale oder LVM, locken die Allianz-Vertreter mit einem garantierten Einkommen und haben zunehmend Erfolg. Die Konkurrenz ist auf die Allianz-Kunden scharf, die die Vertreter mitbringen.

Die Unruhe hat den gesamten Konzern erfasst. Während die Vertreter um ihre Provisionen fürchten, bangen die Festangestellten um ihren Job. Bei Treffen der Betriebsräte in den vergangenen Wochen war die Stimmung gereizt. Gerhard Rupprecht, der künftige Deutschland-Chef der Allianz, wollte keine Standort- und Beschäftigungsgarantien über 2006 hinaus für die Standorte abgeben.

Die Allianz wolle bei der Vertriebsgesellschaft gar aus dem Flächentarifvertrag aussteigen, mutmaßen die Gewerkschafter. Wilde Gerüchte von 5000 bis 8000 weniger Jobs machten die Runde.

Sicher ist nur: Nach zweieinhalb Jahren im Amt bricht Allianz-Chef Diekmann radikal mit den Traditionen im Konzern. „Wir verschleifen zu viel Energie und vergeben uns Marktchancen, weil wir in Strukturen arbeiten, die nicht aus einem Guss sind“, begründet Diekmann den Aufbruch.

Als erster deutscher Großkonzern überhaupt wandelt sich die Allianz deshalb in eine „Societas Europaea“ (SE). Die deutsche Gesellschaft wird mit ihrer italienischen Versicherungstochter RAS zu der neuen Europa-AG mit Sitz in München verschmolzen.

„Es geht um die Reduzierung von Komplexität“, hat Diekmann als Generallinie ausgegeben. Viele Aktivitäten werden künftig direkt von München aus gesteuert.

Eine zweite und viel riskantere Baustelle eröffnete Diekmann auf dem Heimatmarkt. Die Allianz ordnet ihr deutsches Versicherungsgeschäft mit seinen 38 000 Beschäftigten komplett neu. Lebens-, Kranken- und Sachversicherer verlieren einen Teil ihrer Eigenständigkeit. „Wir hatten nicht mal eine durchgängige Adressdatei“, sagt Vertriebsprofi Cramer, der künftig eine gemeinsame Vertriebsgesellschaft leitet.

Rupprecht soll als neuer Deutschland-Chef die bisher sehr autonomen Sparten zusammenführen.

Der heutige Chef der Allianz Leben mit Sitz in Stuttgart ist gleichzeitig für die Informationstechnologie wie für das Personal in Deutschland verantwortlich. Große Investitionen sind erforderlich, um die unterschiedlichen IT-Plattformen der Sparten zusammenzuführen.

Zusätzlich sorgt eine weitere Organisationsreform für Unruhe. Bisher leistete sich die Allianz mit der Frankfurter Versicherungs-AG und der Bayerischen Versiche-

THOMAS KOEHLER / PHOTOTHEK

# Yoko hat es.



rungsbank zwei rechtlich selbständige Einheiten, die teilweise als Zweigniederlassung der Allianz fungierten, teilweise aber auch in Konkurrenz zum normalen Allianz-Vertrieb bundesweit auf Kundenfang gingen. Die beiden Aktiengesellschaften mit jeweils mehreren 1000 Mitarbeitern werden aufgelöst und in die Allianz-Strukturen überführt.

Natürlich hat die Umstrukturierung letztlich das Ziel, Personalkosten zu sparen. „Der Kostensatz in der Schadenversicherung soll unter 20 Prozent sinken“, wird in München als Fernziel ausgegeben. Doch dass es bereits fertige Pläne für den Personalabbau gibt, wird vom Allianz-Vorstand heftig dementiert.

Nun sollen schnell Entscheidungen fallen. „Bis zum Jahresende brauchen wir eine ziemlich klare Landkarte, an welchen Standorten was gemacht wird“, hat sich der Vorstand vorgenommen. Anhand betriebswirtschaftlicher Kennziffern treten die über 100 Geschäftsstellen gegeneinander an, nicht alle wird es im Jahr 2007 noch geben.

Stärker noch als die Strukturreform beunruhigt die Allianz-Vertreter eine Tarifreform bei der Autoversicherung. Die Allianz verliert in diesem Kerngeschäft immer mehr Kunden und hat deshalb zum 1. September einen sogenannten Kompakttarif aufgelegt, der weniger bietet, aber auch deutlich billiger ist. Unschöner Nebeneffekt für die Vertreter: Sie erhalten 40 Prozent weniger Provisionen.

Die neue Strategie in der Kfz-Versicherung und die zu erwartenden negativen finanziellen Auswirkungen auf alle Allianz-Vertretungen hätten in der Vertreterschaft einen Sturm der Empörung ausgelöst, heißt es in Nummer 185 der IG Blitz, dem Mitteilungsblatt der Vertretervereinigungen. Die erfolgreich praktizierte Zusammenarbeit der Vergangenheit sei in Frage gestellt, das Geschäftsmodell gefährdet.

Besonders aufgebracht sind die Vertreter über einen Online-Tarif der Allianz, der Mitte September freigeschaltet wurde. Der darf nur im Internet abgeschlossen werden und ist noch einmal deutlich preiswerter. Provision für den Vertreter: null Euro.

„Da ist die letzte Bastion in Deutschland gefallen“, jubelt Albrecht Kiel, der Vorstandsvorsitzende von Direct Line. Die Versicherungstochter der Royal Bank of Scotland ist einer der Billiganbieter, auf die die Allianz nun reagiert hat. Doch Kiel muss nicht die Rache seiner Vertreter fürchten, er hat keine.

Bei der Allianz hagelte es dagegen Proteste und Boykottaufrufe. „Das war ein Schlag ins Gesicht“, sagt einer der Vertreter der IG. Autoversicherungspolizen gelten zwar als nicht besonders gewinnträchtig, bilden aber oft die Basis der Kundenbeziehung. Da sei eine Zusage aus dem April 2004 gebrochen worden, keinen Direktversicherer gegen den eigenen Vertrieb zu positionieren. „Wir empfehlen, von der Allianz dahingehend zu lernen, die eigene Gewinnmaximierung rigoros in den Vordergrund zu stellen“, schreibt die IG an ihre Mitglieder. Man solle sich auf den Verkauf provisionsstarker Produkte konzentrieren und keinesfalls konzerneigene Dresdner-Bank-Produkte wie Konten oder Kreditkarten verkaufen. „Der Internet-Tarif ist das Todesurteil für viele Agenturen“, sagt der Besitzer einer bayerischen Versicherungsagentur, der bereits von der Allianz zur Continentale gewechselt ist.

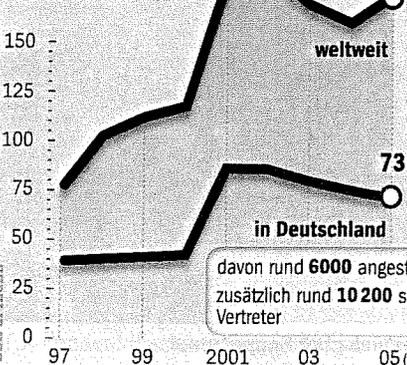
Die Axa-Gruppe hat gerade eine ähnliche Radikalkur hinter sich, wie sie die Allianz noch vor sich hat. Bei der deutschen Tochter der französischen Versicherung wurden ebenfalls Prozesse vereinfacht, Kosten gesenkt und Niederlassungen heruntergestuft, dabei aber auch Vertreter brüskiert und die Kunden vergessen.

Für die zukünftige Entwicklung der Allianz hängt viel davon ab, ob Diekmann sein ehrgeiziges Programm ohne solche Reibungsverluste durchsetzen kann.

CHRISTOPH PAULY

## Der Allianz-Konzern

BESCHÄFTIGTE  
in tausend



UMSATZ 2004 Beitragseinnahmen  
und Erträge in Mrd. €

Asset Management 2,3

Bank-  
geschäft 6,5

Schaden-  
und Unfall-  
versicherung 43,8

Quelle: Allianz

