

[Drucken](#)

20. Februar 2017 – 20:09

MDT bläst zum Angriff



Große Pläne: MDT-Geschäftsführer Kristina Düring und Stefan Winiarski – Foto: Gloobi.de
Ein knappes Jahr nach dem Kauf durch den Versicherungsmakler MRH Trowe geht das Unternehmen in die Offensive. Ziel des Versicherungsspezialisten, der vor einigen Monaten vom Makler zum "Assekuradeur" wurde und so vor allem die Schadensregulierung für seine Kunden ohne rechtliche Grauzone und Zusatzkosten erledigen will, ist die Verdoppelung des vermittelten Prämienvolumens von derzeit 35 Millionen Euro bis 2020.

Ein ehrgeiziges Projekt – das ist MDT-Chefin Kristina Düring und MRH-Gesellschafter Maximilian Trowe klar. Schließlich ist der Markt der touristischen Versicherungen, wenn man von ein paar Zusatzeinnahmen durch die EU-Pauschalreiserichtlinie absieht, weitgehend gesättigt, wie Düring bestätigt. Also muss MDT der Konkurrenz Marktanteile abspenstig machen, um zu wachsen. Damit das klappt, will die MRH-Tochter auf drei Ebenen die Aktivitäten verstärken. Zum einen soll der international aufgestellte Gesellschafter MDT dabei helfen, Unternehmen aus der Reisebranche Versicherungen auch außerhalb des klassischen touristischen Spektrums anzubieten. Etwa, wenn es um Bauprojekte, die Alterssicherung von Mitarbeitern oder auch um Hotelprojekte im Ausland geht.

Fokus auf Vertrieb. Außerdem rüstet Düring die Abteilung Verkauf auf. Wie bereits gemeldet, übernimmt Stefan Winiarski die Rolle des Vertriebsgeschäftsführers. Der Touristik-Neuling und Versicherungsexperte soll mit touristischen Kunden neue Allianzen schmieden und die Vertriebsbasis von MDT erweitern. Zudem erhält Gerhard Au, bereits seit 2012 in Diensten des

Unternehmens, den Titel "Leiter Vertriebssteuerung", und Prokura. MDT-Gründer Helmut Deininger konzentriert sich vom Sommer an als "Berater der Geschäftsführung" auf größere strategische Themen. Der Außendienst, gerade wie berichtet durch Heike Schatten verstärkt, soll von zwei auf sieben Mitarbeiter aufgestockt werden. Hinzukommen sollen unter anderem noch ein Großkundenbetreuer und ein Experte für das digitale Geschäft.

Last but not least stehen auch neue Produkte auf der Expansionsagenda. Neben maßgeschneiderten Lösungen für Reisebüros, die künftig stärker als Veranstalter agieren wollen oder müssen, ist dafür das Deutschland-Geschäft ein Beispiel. Zudem stehen etwa Ticketversicherungen, ein spezieller Schutz für Kreuzfahrten oder Fernreisen sowie Angebote zur "Liquiditätsüberbrückung" der in den Wintermonaten bisweilen klammen Veranstalter auf dem Plan.

Chancen sehen Düring und Trowe zudem beim Thema Insolvenzschutz. Der Ausstieg des von diversen Schäden gebeutelten Versicherers Generali führe kurzfristig zu einem deutlichen Anstieg der seit langem im Sinkflug befindlichen Prämien, sagt die MDT-Chefin. Das mache es zugleich für neue Versicherungen attraktiver, in dieses Segment einzusteigen. Zwei Versicherungen, die sich künftig in diesem Bereich engagieren wollten, habe MDT dabei bereits an der Angel. Mittelfristig könnten solche Neuzugänge in diesem Segment wieder zu einer Anpassung der Preise nach unten führen.

Dass die Konkurrenz den Bestrebungen des seit neun Jahren im Markt aktiven Unternehmens nicht tatenlos zusehen wird, ist Düring und Trowe klar. Dennoch glauben beide, dass sie durch die Übernahme des Touristik-Spezialisten durch den spezialisierungsfreudigen Generalisten gestärkt genug sind, um im Clinch zu bestehen. "Wir spielen touristisch gemeinsam in einer anderen Liga als zuvor", versichert Trowe.

Tags:

- [Versicherung](#)
- [MDT](#)
- [Reiseversicherung](#)
- [Winiarski](#)