

EINZELKÄMPFER ODER KOOPERATIONSPARTNER?



ÜBER „DIE SIEBEN STÄBE“ 2.0

In Deutschland haben wir aktuell 46.412 Versicherungsmakler. Mehr als 20.000 davon arbeiten allein oder maximal noch mit einem Mitarbeiter. Diese Kleinfirmen bestimmen das Bild der freien Versicherungsvermittler. Neue Vorschriften, weitere Regulierungsmaßnahmen und sinkende Courtagen gefährden diese One-Man-Shows, wenn man sich Alternativen verschließt.

Eigentlich wäre es ganz einfach, wenn Versicherungsmakler aus dem Strukturwandel in anderen Bereichen lernen würden. Nehmen wir einmal das Handwerk der Schuhmacher. In kaum einer Stadt gibt es noch die kleinen Läden der Schuhmacher. Die Welle der Industrialisierung ist einfach über sie hinweggerollt. Hergestellt werden die Schuhe durch internationale Arbeitsteilung auf der ganzen Welt.

Finanz- und Versicherungsmakler brauchen Arbeitsteilung

Bei Strategie- und Nachfolgeberatungen von Maklern stelle ich immer wieder fest, dass besonders die Inhaber der kleinen Firmen Defizite haben, die sich einander bedingen. Die Arbeitskraft des Einzelmaklers macht nur einen gewissen Umsatz möglich. Dies führt zu begrenzten Ertragsgrößen, die

wiederum nicht für die Umsetzung einer modernen Ausstattung für die Kundenverwaltung, die vollständige Digitalisierung oder für eine optimale Präsenz im Internet genügen.

Rund 50 Prozent der Makler können mit einem Einkommen von unter 50.000 Euro nur begrenzt die technische Basis für ihre Arbeit und den Kundenservice abbilden, von einer ausreichenden eigenen Altersversorgung ganz zu schweigen. Entgegen dem Klischee von den „Provisionshaien“ leisten viele Makler für ihre Kunden guten Service durch viel Einsatzbereitschaft und Mehrarbeit. Effektiv ist diese Arbeit aber oft nicht.

Diesen Einzelmaklern ist es deshalb kaum möglich, sich fachlich zu Spezialisten zu qualifizieren oder eine eigene IT-Basis zu entwickeln. Wer sich dann noch dem Gelegenheitsgeschäft mit Ein-Vertrag-Kunden verschreibt, der hat für die Zu-

kunft schon fast verloren. Denn bestimmte Kreise der Politik und der selbst ernannten Verbraucherschützer sägen am bestehenden Provisionsmodell herum, bis dieser wichtige Einkommensast bricht.

Nachhaltige Überlebensstrategie durch Kooperation

Aus unternehmerischer Sicht gibt es Wege, die dem Einzelkämpfer ein Überleben und eine nachhaltige Perspektive sichern. Die Wegweiser sind mit den Begriffen Digitalisierung, Spezialisierung, Kooperation und Arbeitsteilung beschriftet. Wer die Möglichkeiten der Digitalisierung konsequent umsetzt, erlangt sofort Zeit- und Ertragsgewinn. Basics dafür sind ein modernes Maklerverwaltungsprogramm (MVP) und eine Homepage, die hilft, Umsatz zu machen und Administration zu verringern.

Und genau bei diesem Punkt kommt man zur Handlungsoption: MVP selbst entwickeln? Ein MVP kaufen oder das Angebot eines Maklerpools nutzen? Selbst entwickeln kommt kaum mehr infrage, also Kauf oder Pool-MVP? Die Antwort darauf hängt von der eigenen Strategie ab. Bleibt es bspw. bei der Zielgruppe Privatkunden, dann sollte die Verwaltung der vielen kleinen Verträge kostengünstig erfolgen. Digitalisierung über den Pool mit aktuellen Daten, wenn man sie braucht, statt Passwörter für 50 Maklerportale der Versicherer kann die Orientierung sein.

Wenn dann der Pool noch eine passende Homepage anbietet, die dem Kunden eine Selbstverwaltung seiner Verträge, den Online-Abschluss einfacher Produkte und moderne Kommunikationswege anbietet, dann ist die optimal. Natürlich verliert der Makler damit ein Stück Unabhängigkeit, aber die Alternative ist „weiter so bis zum Abgrund“. Die Schuhmacher lassen grüßen.

Frage der Strategie: Allrounder oder Spezialist

Sind die neuen technischen und vertrieblichen Basics im Unternehmen umgesetzt, dann hat der Makler Ressourcen gewonnen, um sich mit seinem Beratungskonzept zu befassen. Es ist von strategischer Bedeutung, ob man sich dem Kunden komplett verpflichten will oder ob man als Spezialist in der Region agiert. Zahlreiche Makler wollen der Allrounder sein, dann aber bitte richtig. Setzen Sie beim Modell Allrounder den Startschuss für eine konsequente Vollkundenberatung. Kunden vom Typ „heute hier und morgen da“ müssen Sie dann die gelbe oder rote Karte zeigen. Machen Sie diesen Kunden deutlich, dass Sie nur komplette Beratungs- und Betreuungsmandate annehmen. Sie sind Makler! Verbinden Sie dies mit

STIMME ZUM THEMA



Armin Schmuck
Versicherungsmakler, Geschäftsführer der
Mando Assekuranz GmbH & Co. KG

„Regulierungsmaßnahmen, Digitalisierungsbemühungen wie auch eine immer komplexer werdende Produktlandschaft beeinflussen zunehmend die Arbeit von uns Maklern und führen zu einem stark steigenden Verwaltungs- und Administrationsaufwand. Betriebswirtschaftlich betrachtet führen diese Anforderungen zu steigenden Betriebskosten. Zudem raubt der Aufwand unter Umständen wichtige Zeit, die wir Makler für unsere Hauptaufgabe benötigen: unsere Mandanten individuell und auf hohem Qualitätslevel bestmöglich zu beraten. Vor diesem Hintergrund ist es für uns als unabhängig handelnde und beratende Makler strategisch und ökonomisch beinahe unverzichtbar, sich Partnerschaften zu suchen, die schlussendlich für alle Beteiligten mehrwertbehaftet sind. Diesbezüglich bieten gut aufgestellte Pools vielseitige Unterstützung wie u. a. umfangreiche sowie exklusive Produktangebote, prozessoptimierende Verwaltungs-, Beratungs- und Vermittlungstools inkl. Schnittstellenlösung, Marketinghilfen etc.“

Wir haben uns diesbezüglich vor vier Jahren für die BCA als Maklerpool und Kooperationspartner entschieden. Da wir unsere Mandanten über die Mando Assekuranz und Mando Finanz sowohl zu Risikoversorge als auch zum Vermögensaufbau gemäß unserem gemeinsamen Leitbild „Vermögen braucht Absicherung“ beraten, war uns die Aufstellung der BCA AG als Full-Service-Dienstleister, als Investment- und Versicherungspool sowie Bank für Vermögen sehr wichtig. Entscheidend für uns ist jedoch das sehr gute Angebot von überaus kompetenten Ansprechpartnern in sämtlichen Fachbereichen, angefangen von den einzelnen Produktparten über Marketing oder IT bis hin zur Verwaltung. Denn trotz oder gerade wegen aller digitaler Optionen ist für uns wichtig, dass wir Probleme oder Fragen über den kurzen Dienstweg direkt mit einem persönlichen Ansprechpartner lösen können. Und wenn dann auch der Vorstand des Pools den persönlichen Dialog sucht, ist dies sicherlich auch vorteilhaft.“

STIMME ZUM THEMA



Michael Küsters

Versicherungs- und Finanzfachmakler,
Geschäftsführer MIK GmbH & Co. KG

„Aufgrund der steigenden regulatorischen Anforderungen erfahren wir Makler eine jährlich zunehmende Arbeitsbelastung. Unser Arbeitsalltag besteht aktuell zu einem großen Teil aus administrativen Tätigkeiten. Und ich gehe davon aus, dass sich das künftig nicht groß ändern wird. Nicht zuletzt aus diesem Grund habe ich mich zur Anbindung an zwei unterschiedliche Maklerpools entschlossen. Durch das Poolmodell erfahren wir angebundene Makler alleine durch unsere geballte Kompetenz sowie Vertriebskraft eine wesentlich bessere Wertschätzung bei den Versicherern, als wenn wir einzeln das Gespräch mit den Gesellschaften suchen würden. Fortan ist man auch nicht den zunehmenden Gängeleien der Versicherer ausgesetzt und wird dort selbst als kleines sowie feines Maklerunternehmen durch die Kooperation mit einem Pool wieder ernst genommen. Diesbezüglich erwarte ich mir von einem Maklerpool generell eine ausgezeichnete bzw. professionelle Vertriebsunterstützung sowie die Bereitstellung von informativen und abwechslungsreichen Weiterbildungsveranstaltungen. Ein „Hineindikieren“ in mein Tagesgeschäft seitens des Pools verbietet sich dabei natürlich grundsätzlich – aber solche Erfahrungen habe ich bisher auch nicht gemacht.“

sinnvollen Dienstleistungsvereinbarungen, die Ihnen provisiionsunabhängige Einnahmen sichern.

Zum anderen Weg: Die Entscheidung zum Spezialisten ist dann eine gute, wenn Sie das Know-how dafür schon erworben haben. Ohne spezielles Wissen über eine Zielgruppe oder eine Risiko-Sparte wird der Weg schwer und lang. Schauen Sie sich die Beispiele der Kollegen im Markt an, die als BU-Experte, als Generationen- oder Anlageberater arbeiten, und entscheiden Sie dann. Lohnenswert ist dieser Weg auf jeden Fall. Ein Weg zum Spezialisten kann auch die Entscheidung sein, in einer Produktnische als Online-Makler zu agieren. Natürlich wird es immer schwieriger, solche Nischen zu finden, aber es gibt sie. Dazu kann man einen Deckungskonzeptpartner bei den Versicherungen mit ins Boot nehmen. Spezialisierung öffnet dann auch die Tür für weitere Kooperationen.

Zusammenarbeit statt Egoismen und Eifersucht

Sowohl als Allrounder als auch als Spezialist sollten Sie offen mit dem Thema Kooperation umgehen, der klassischen Form der Arbeitsteilung überhaupt. Als Allrounder sollten Sie Gelegenheitsgeschäft aus Ihrem Kundenkreis wie bspw. eine Hausfinanzierung oder die Versicherung eines Beamten an kooperierende Kollegen abgeben, die darauf spezialisiert sind – in Zeiten der DSGVO natürlich auf rechtlich tragfähiger vertraglicher Basis.

Als Spezialist gehört die Zusammenarbeit mit Netzwerkpartnern natürlich zum Geschäftsmodell. Wer bspw. als Anlageberater agiert, sollte für seinen Kunden auch Lösungsmöglichkeiten für die Alltagsversicherungen im Portfolio haben. Idealerweise kann man solche fachliche Arbeitsteilung auch in der eigenen Maklerfirma abbilden. Wem diese Möglichkeit fehlt, der kann auch überlegen, mit einem geeigneten Maklerkollegen einen Kooperationsvertrag zu schließen oder eine gemeinsame Firma zu gründen.

Die Zusammenarbeit in Kooperationen oder die Zusammenführung von Firmen hat einen weiteren Zusatznutzen unter dem Stichwort Nachfolge. Jeder dritte Makler wird sich in den kommenden Jahren mit diesem Thema auseinandersetzen müssen. Die Frage des Verkaufs der eigenen Firma oder des Kundenbestandes wird konkret. In Kooperationen kann so die Grundlage für Stellvertretermodelle bei Urlaub, Krankheit oder auch für den Fall des eigenen Todes und damit auch der Lösung für einen Verkauf langfristig gelegt werden.

Die Geschichte mit den „sieben Stäben“

Wenn es noch eines Argumentes für Kooperationen bedarf, dann sei an eine Geschichte von Christoph von Schmid erinnert, in der ein Vater seinen Söhnen am Sinnbild von sieben Stäben zeigt, dass der einzelne Stab leicht gebrochen werden kann. Bei sieben Stäben in einem festen Bündel gelingt das kaum. Die Zusammenarbeit in Kooperationen oder einem Maklerpool kann so auch ein stabilisierendes Moment für den einzelnen Makler und die Maklerschaft insgesamt sein. <<

Visitenkarte

Dr. Peter Schmidt

Unternehmensberater, Consulting & Coaching
Berlin – Unternehmensberatung mit dem PLUS für Sie.

E-Mail: ps@cc-mit-ps.de
Telefon: +49 173 9213 333



ANZEIGE