



Brauchen wir Wege aus der Krise?

Täglich muss ich schlimme Artikel über wegfallende Provisionen, das schlechte Standing der Branche und über unzufriedene Vermittler lesen, die Wege aus der Krise suchen. Da Vermittler das auch alles lesen, wundert es mich nicht, dass der Frust bei den Vermittlern steigt. Das Blöde ist, dass Kunden ungern frustrierte Vermittler sehen.

Betrachten wir doch mal genauer, worum es bei der „Krise“ eigentlich geht.

Die private Kranken-Vollversicherung ist wirklich zum Problem geworden. Staatliche Einmischungen haben die Rahmenbedingungen drastisch verändert und die Sparte mächtig durchgewirbelt. Viele haben das Vertrauen verloren und den Vertrieb des Produkts eingestellt.

Das Internet wird von vielen als Problem identifiziert. Die Wirklichkeit ist aber, dass im Internet vorwiegend Autoversicherungen verkauft werden, die vom Vermittler ohnehin als Verlustgeschäft angesehen werden. Dass diese Wahrnehmung (Verlustgeschäft) falsch ist, spielt an dieser Stelle keine Rolle.

Menschen, die im Internet z.B. auf eine Berufsunfähigkeitsversicherung aufmerksam gemacht werden, kaufen diese mit einer sehr geringen Wahrscheinlichkeit im Web. Sie werden vielmehr in fast allen Fällen beim Versicherer oder beim Vermittler kaufen. Also spielt Ihnen das Internet Kunden zu, ein Problem ist es nicht.

Das Internet sollte im Versicherungsbereich eine andere Rolle spielen. Die meisten Kunden können ihre bestehenden Risiken oder Produkte nicht richtig einschätzen, möchten sich aber auch nicht stetig an einen Berater wenden. Deshalb sitzen Kunden die Sache gerne aus, weshalb sie in der Regel sehr schlecht versichert sind.

Das Internet sollte als eine Art Trichter mit Filter funktionieren. Oben kippt man alle rein und unten kommen die raus, die sich um ein Versicherungsthema oder um das Gesamtthema Versicherungen kümmern wollen. Diese sollten im Idealfall bereits im Internet vorinformiert werden, um ein sinnvolles Gespräch zwischen Vermittler und Kunde vorzubereiten.

Viele Vermittler sehen das Internet, aus welchen Gründen auch immer, als eine Art Geldmaschine, bei der Kunden alles alleine machen und der Vermittler nur den Rahm in Form von Provisionen abschöpft. Diese Vermittler vergessen, dass sie ein wirkliches Problem hätten, wenn es diesen Zustand geben würde. Dann wären sie nämlich wirklich in der Krise, weil das Geschäft dann die Portale mit dem größten Kundenzulauf hätten. Die Kunden wären dann bei Google, Amazon usw. versichert.



Wachen Sie auf und sehen Sie die Realität.

Die Lebensversicherungssparte ist nicht mehr so, wie man sie vor 20 Jahren kannte. Sie hat sich in meiner Wahrnehmung z.T. aber gut positioniert und bietet heute Produkte, die exakt zu Kundenwünschen passen (Zeitkonten, bAV, Einmalbeiträge, BU usw.). Demzufolge ist es hier heute anders, insgesamt aber nicht schlechter als früher. Denn die Kunden heute haben deutlich mehr Geld als vor 20 Jahren.

Bei Berufsunfähigkeitsversicherungen sind die Einstiegsbarrieren höher gelegt worden. Die Risikobeurteilung ist oft ein Problem, viele werden abgelehnt. Es gibt aber zahlreiche Alternativprodukte, die es früher nicht gab. Insgesamt sehe ich auch hier keine Krise.

Die Sachversicherungen werden immer besser und immer billiger. Fallende Preise bedeuten sinkende Provisionen, zumindest glaubt man das. Denn auch diese Ableitung ist falsch, zumindest wenn man den Kunden gesamt betrachtet.

Ein Kunde, der alle Verträge bei Ihnen hat, zahlt heute prozentual den gleichen Teil seines Einkommens für Versicherungen, wie vor 20 Jahren auch. Das ist auch logisch, weil Menschen heute mehr vorsorgen müssten. Der Bedarf an Vorsorge ist so hoch, dass praktisch niemand aus eigenen Mitteln so vorsorgen kann, um sein selbst gesetztes Vorsorgeziel zu erreichen.

Ihre Aufgabe ist es, die Risiken des Kunden zu sichten, den Absicherungsbedarf zu ermitteln und gemeinsam mit dem Kunden einen guten Kompromiss zu finden. Versuchen Sie nicht, alles perfekt zu lösen, sonst werden Sie scheitern. Wenn Ihr Kunde nicht genügend Geld hat, um alles so zu regeln wie er es gerne hätte, dann ist das Resultat eben ein Kompromiss. Das ist übrigens auch normal, weil man ein Leben lang Kompromisse macht und praktisch nie die perfekte Lösung verwirklichen kann.

Ich habe noch nie jemanden getroffen, der sich selbst sinnvollen und funktionierenden Versicherungsschutz beschafft hat. Alle, die sich selbst gekümmert haben, waren billiger aber auch schlechter als andere versichert. Deshalb brauchen Menschen Sachverständige, die Ihnen das Versicherungsgeschäft transparent machen.

Lassen Sie sich nicht beirren. Wer erfolgreich sein möchte, muss aus der Negativspirale ausbrechen. Sie können nicht erfolgreich sein, wenn Sie sich ständig mit Hiobsbotschaften und Negativszenarien beschäftigen.

Kümmern Sie sich doch einfach um Ihre Kunden und alles ist gut. Nutzen Sie die heutigen Techniken (am liebsten unsere) und machen sich das Geschäft einfacher denn je. Nutzen Sie schnelle Techniken und verbringen die übrige Zeit für Gespräche mit Menschen.



Beschäftigen Sie sich weniger mit Produkten und mehr mit Menschen. Die meisten Produkte braucht man einfach nicht, deshalb sollte man auch keine Zeit mit diesen verschwenden. Es ist sicher besser zu entspannen, also nichts zu tun, als sich mit Produkten zu beschäftigen, die ohnehin niemand will und braucht. Unsere Kunden erwarten von uns Lösungen, nicht einen Strauß von Angeboten, aus denen sie dann selbst auswählen sollen.

Eines hat sich über die vielen Jahre bestätigt. Alle, die viele Kundenkontakte haben, machen gute Geschäfte. Die Strategien können völlig unterschiedlich sein, viele Wege führen zum Ziel. Diejenigen die vor lauter Frust nicht mehr zum Kunden kommen, können nicht erfolgreich sein. Also muss man nur eine Kleinigkeit ändern und alles ist gut.

Unsere Arbeit ist wichtig! Gönnen Sie Ihren Kunden eine gute Beratung. 😊