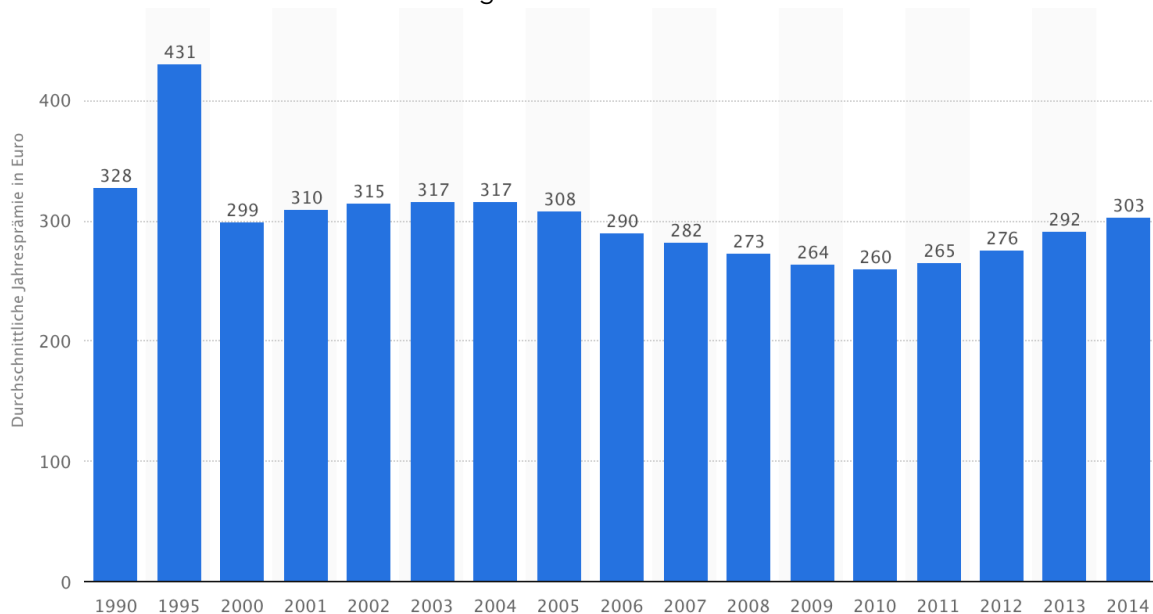


Warum Versicherungsmakler ärmer werden

Viele Makler klagen, dass ihr Geschäft immer unrentabler wird. Ganz unbegründet sind diese Klagen nicht, weil es tatsächlich stimmt.

Hier sehen Sie Zahlen der Autoversicherung.



In der Vollkaskoversicherung war der Wert für 1990 bei 328 Euro, 2014 bei 303 Euro. Dies bedeutet, dass die Provisionen im Versicherungsgeschäft seit 1990 stagnieren. Die Preise für Autoversicherungen sind zu billig. Die Top Anbieter schreiben i.d.R. rote Zahlen.

Die versicherten Autos kosten heute locker das dreifache wie vor 25 Jahren. Für Benzin, Pizza und Bounty, zahlen Sie heute auch den drei- bis vierfachen Preis. Demzufolge sind Ihre Ausgaben gestiegen, Ihre Einnahmen wurden z.T. eingefroren.

Eingefrorene Einnahmen sind nur eine Seite der Medaille. In Kranken und Leben sind die Provisionen massiv gesunken.

Was habe ich gelernt?

- Sinkende Provisionen können wir nur durch Kostensenkung und/oder durch deutlich mehr Geschäft ausgleichen.
- Provisionssteigerungen wird es nicht geben, weil die Versicherer auch zu wenig verdienen.
- Versicherungen sind einfach zu billig, aber niemand traut sich, die Preise anzuheben.

Was heißt das für Sie?

- Wenn Sie Bestandseinnahmen als Ihre Rente sehen, müssen Sie Ihre Bestandseinnahmen erhöhen. Die Kosten werden weiter steigen, Ihre Provisionen werden maximal stagnieren
- Steigerungen des Geschäfts sind meist kaum möglich, weil Ihre Aufwände immer höher werden und Sie kaum Zeit für Kunden haben
- Demzufolge müssen Sie trotz sinkender Einnahmen Zeit und Geld investieren, um durch bessere Prozesse mehr Zeit zu haben
- Die geschaffene Zeit muss genutzt werden, um Kundenbeziehungen zu pflegen
- Als Ergebnis erhalten Sie stabilere Kundenbeziehungen und höhere Einnahmen

Mit der Zeit fängt alles an

Im Schnitt haben Versicherungsmakler weniger als 2 Verträge je Kunde. Nehmen wir einmal an, dass für diese beiden Verträge 22% Provision bezahlt werden und dass diese beiden Verträge im Schnitt 250 Euro kosten. Dann verdienen Sie jährlich 57,50 Euro je Kunde. Vor Kosten. Je nach Größe, wird Ihre Umsatzrendite zwischen 10% und 50% liegen. Im besten Fall haben Sie nur Kosten von 50%, d.h. Sie „verdienen“ pro Kunde 28,75 Euro pro Jahr.

Wenn Sie mit diesem Kunden eine halbe Stunde reden, ist Ihr Verdienst für dieses Jahr futsch. Reden Sie lange nicht mit dem Kunden, ist der Kunde futsch. D.h. Sie sollten mit dem Kunden reden. Führt dieses Gespräch dazu, dass Sie in Zukunft mehr Verträge von diesem Kunden haben, dann erhöht sich Ihr Einkommen und der Durchschnittswert je Kunde.

Entscheidend für den finanziellen Erfolg ist die eingesetzte Zeit. Aus sehr vielen Gesprächen mit Versicherungsvermittlern habe ich gelernt, dass praktisch alle, die viel Zeit mit Kunden verbringen, finanziell erfolgreich sind. Gleichzeitig habe ich gelernt, dass praktisch alle, die viel Zeit mit Verwaltung verbringen, finanziell weniger erfolgreich sind.

Ich habe zudem gelernt, dass der finanzielle Erfolg gleichzeitig zu persönlicher Zufriedenheit führt. Die persönliche Zufriedenheit führt wiederum zu noch mehr finanziellem Erfolg.

Zu berücksichtigen ist hierbei, dass ich niemals eine Messlatte für finanziellen Erfolg anlegen würde. Den persönlichen und den finanziellen Erfolg stelle ich fest, indem ich den jeweiligen Vermittler einfach frage. Es gibt nämlich Vermittler, die mit 30.000 Euro Jahresumsatz zufrieden sind, andere wollen über eine Million verdienen.

Die Lösung ist simpel. Tun Sie doch einfach das, was der Gesetzgeber von Ihnen fordert. Reden Sie mit Ihren Kunden über deren Wünsche und Ziele, wir haben hierfür eine schnelle und einfache Software und Papierformulare. Aus diesen Gesprächen ergibt sich garantiert Geschäft, weil der bestehende Versicherungsschutz praktisch nie zu den Wünschen und Zielen passt.

Zusammengefasst kann man sagen, dass die Vermittler mit finanziellem Erfolg:

- Mehr Zeit mit Kundengesprächen verbringen.
- Besser organisiert sind und hierdurch mehr Zeit haben.
- Die bessere Organisation erreichen sie durch schlanke Software und durch Fokussierung.
- Weniger Zeit mit Produkten verbringen und auch hierdurch mehr Zeit haben.
- Sich stärker fokussieren und viele Dinge gar nicht tun.

Im Gegenzug sehen wir uns Vermittler an, die mit dem eigenen Erfolg unzufrieden sind:

- Diese Vermittler beschäftigen sich viel mit Produkten.
- Sie streuen gleichartiges Geschäft auf viele Versicherer.
- Sie fokussieren sich wenig, sondern versuchen möglichst alles zu machen.
- Sie erweitern stetig ihr Produktportfolio und hoffen, mit einem breiteren Angebot erfolgreicher zu sein.
- Diese Vermittler setzen keine, oder aufwändige Software ein.
- Alle o.g. Punkte sind Zeitfresser.

Ihre Kunden brauchen und wollen einen zuverlässigen Versicherungsvermittler

2 Wochen vor Weihnachten machte ich mich auf die Suche nach einem neuen Fernseher. Ich wollte nicht im Internet bestellen und nach negativen Erfahrungen mit dem Mediamarkt, suchte ich jemanden der sich auch kümmert, falls das Gerät mal defekt ist. So landete ich bei einem kleinen Geschäft in Bietigheim.

Ich war sehr erstaunt. Es gab viele hübsche Dinge zu kaufen und ich wunderte mich, wie ein relativ kleiner Laden mit ca. 6 Angestellten, ein doch recht umfangreiches Angebot darstellen konnte. Eigentlich war diese Firma für dieses Angebot zu klein.

Weil ich ein neugieriger Mensch bin, ging ich der Sache auf den Grund. Schnell stellte ich fest, dass der Laden an die Firma Euronics angeschlossen ist. D.h. der Inhaber hat einen eigenen Betrieb, nutzt aber Euronics im Hintergrund und kann so Dinge anbieten, die er als kleine Firma niemals anbieten könnte. Er sichert seine Existenzgrundlage, indem er sich einem großen Anbieter anschließt, der ihm sehr viele Dinge einfach abnimmt.

Was habe ich gelernt?

- Ich war nicht auf die Suche nach dem Schnäppchenpreis. Ich wollte einfach einen hübschen Fernseher, keinen Ärger und die Chance, dass sich im Problemfall jemand kümmert. Für einen Aufpreis haben mir die Jungs die Sachen sogar aufgebaut 😊.
- Wieder einmal habe ich gesehen, dass fast alle Wirtschaftszweige auf Kooperationen setzen
- Im Versicherungsbereich glauben immer noch Viele, dass sie sich als Einzelkämpfer durchschlagen können. Viele nutzen zwar Pools, das ist aber eine andere Geschichte, da geht es meist nur um Produkte.
- Gelernt habe ich zudem, dass ich die Riesenauswahl gar nicht benötige. Ganz im Gegenteil. Mir ist eine stark eingeschränkte Auswahl deutlich lieber und ich konnte mich schnell entscheiden.

Was heißt das für Sie?

- Glauben Sie nicht daran, dass der Kunde von Ihnen stets das billigste und gleichzeitig beste Produkt erwartet. Ihm reicht eine eingeschränkte Produktauswahl und er erwartet von Ihnen ein Statement, warum er dieses Produkt kaufen soll.
- Versuchen Sie es nicht als Einzelkämpfer. Nur Wenige werden sich in einem sich extrem schnell veränderten Markt allein positionieren können.
- Auf keinen Fall sollten Sie versuchen, sich immer breiter aufzustellen und sich durch ein breiteres Produktsortiment zu positionieren. Ich behaupte, dass jeder der das versucht, auf unterschiedliche Art scheitern wird.

FinTechs und Versicherungen

Auf einmal sprießen sie wie Pilze aus dem Boden. Während es deutschen Versicherten in sehr vielen Fällen jahrzehntelang kaum möglich war Versicherungen in einem Ordner abzulegen, streben viele nun die perfekte Lösung an. Jetzt müssen die Versicherungen in eine App.

Viele Vermittler haben leider noch nicht begriffen, dass Kunden sich die Freiheit nehmen, einfach mal zu handeln. Ich habe 2015 mit ca. 50 Vermittlern gesprochen, die mir erzählt haben, dass sich ihre Kunden irgendwo registriert und ihre Verträge in eine App eingetragen haben. Dass die Verträge dann dem App Betreiber übertragen werden und der Kunde seinen bekannten Ansprechpartner verloren hat, haben die Kunden meist gar nicht bemerkt.

Manche Vermittler waren sauer, weil ihr Kunde nach Jahrzehnten die Verträge abgezogen hat. Dann hat der Kunde auch noch dreist angerufen, um einen Schaden zu melden. Tja, der Kunde hat nicht verstanden was er tut, der Vermittler hat nicht verstanden was der Kunde getan hat, da kommen schnell Verständigungsprobleme auf.

Natürlich werden auch wir eine App anbieten, über welche Kunden ihre Verträge stets bei sich tragen können. Nicht weil man diese braucht, sondern weil es gerade schick ist, so etwas zu haben.

Was habe ich gelernt?

- Versicherer die gerne über Datenschutz reden, nehmen es bei FinTechs nicht so genau. Da werden durch ein Gekritzel auf dem iPhone, Verträge und damit oft auch Daten Dritter, mal eben übertragen.
- Manche Versicherer sind der Meinung, dass man sich eine Information an den Makler schenken kann. Wenn der Makler nicht weiß, dass der Kunde eine App nutzt, dann hat er den Kunden auch nicht verdient.
- Dass Versicherer wenig von uns halten, wusste ich schon vorher. Dass es so wenig ist, war mir neu.

Was heißt das für Sie?

- Sie sollten jetzt beim Versicherer fragen, wie er sich im Fall einer Bestandsübertragung verhält. Wird er Sie informieren oder einfach nicht mehr zahlen?
- Versicherer, die Sie in einem solchen Fall im Regen stehen lassen, werden dies in jedem anderen Fall vermutlich auch tun.
- Sie sollten jede Bestandsübernahme nacharbeiten. Die Wahrscheinlichkeit, dass Sie den Kunden zurückgewinnen, ist extrem hoch.

Die größten Gefahren in unserem Geschäft

Eine große Gefahr für die Vermittler sind Versicherer, die z.T. immer schlechter werden. Die Bearbeitung beim Versicherer wird immer langsamer, die Aufwände beim Vermittler steigen, die Unzufriedenheit der Kunden bekommt der Vermittler ab. Zum Glück gibt es noch Ausnahmen.

Die größte Gefahr ist i.d.R. der Vermittler selbst. Der Markt ist schnell, die Vermittler sind meist Einzelkämpfer. Als Einzelkämpfer kann man mit der rasanten Geschwindigkeit des Markts kaum mithalten, wenn man sich nicht fokussiert und sehr gut organisiert.

Fokussierung und Organisation erfordern allerdings Zeit. Vermittler sollten sich die Zeit nehmen darüber nachzudenken, was der Kunde von ihnen erwartet. Dann sollten sich Vermittler überlegen was sie tun müssen, um die Erwartungshaltung der Kunden zu erfüllen. Solche Überlegungen finden allerdings kaum statt, weil Vermittler sich als Getriebene sehen, für die keine Zeit für solche Überlegungen bleibt.

Die meisten Vermittler gehen davon aus, dass Kunden von ihnen erwarten, dass sie die besten Produkte zum günstigsten Preis beschaffen. Andere sind der Meinung, dass die besten Produkte die geeigneten sind und sind daher stets auf der Suche nach dem Top Produkt. Auch, weil sie Angst vor der Haftung haben.

Beide oben genannten Vorgehensweisen sind falsch. Die garantiert richtige Lösung ist es, den Kunden zu fragen, was er von einem erwartet. Nebenbei bemerkt ist dies auch Pflicht. In fast allen Fällen wird der Kunde weder das beste, noch das billigste Produkt erwarten. Es wäre auch komisch wenn dies so wäre, denn so agiert niemand im normalen Leben.

Deutsche haben eine Abneigung gegen Geldgeschäfte. Versicherungen versteht fast niemand, kaum jemand will sich damit auseinandersetzen. Viele tun es trotzdem und wählen ausgerechnet die komplizierteste Sparte Autoversicherung, um sich auf die Suche nach dem Schnäppchen zu machen. Unterschiedliche Preise, unterschiedliche Bedingungen, unterschiedliche SFR Einstufungen, unterschiedliche SFR Rückstufungen und unterschiedliche Mehrwertlisten, machen einen sinnvollen Vergleich unmöglich. Trotzdem stellen sich die Kunden der Herausforderung, weil sie die Komplexität gar nicht sehen.

Jeder sollte sich die Frage stellen, warum Kunden, die sich nicht für Versicherungen interessieren, im großen Stil Autoversicherungen im Web vergleichen und dort auch abschließen!

Vermutlich deshalb, weil sich in den meisten Fällen niemand um sie kümmert, d.h. der Vermittler bei dem sie versichert sind, kümmert sich nicht um sie. Heute weiß aber fast jeder, dass er z.B. einen günstigeren Handytarif bekommt, wenn er kündigt. Selbst dann, wenn er beim gleichen Anbieter wieder abschließt. Beim Autoversicherer ist es oft genauso, d.h. sehr viele Kunden tun das Richtige, nämlich das, was eigentlich der Vermittler tun sollte.

Was habe ich gelernt?

- Nach wie vor ist es so, dass sich Vermittler sehr oft mit den falschen Themen beschäftigen. Es ist nicht wichtig, alle Produkte in der Tiefe zu kennen und es ist auch nicht wichtig, jeden Versicherer im Portfolio zu haben. Weniger ist auch hier meistens mehr.
- Weil sie sich mit falschen Themen beschäftigen, verlieren sie viel Zeit, viel Geld und oft auch Kunden. Die Unzufriedenheit der Vermittler steigt.

Was heißt das für Sie?

- Keep it simple, das gilt noch immer. Einfachheit ist das Rezept zum Erfolg, kompliziertes Denken und Handeln verhindert den Erfolg.
- Nehmen Sie sich etwas Zeit und denken über Ihr Geschäft nach. Wo stehen Sie heute, wo wollen Sie hin.
- Stellen Sie ihr Tun ruhig mal infrage. Nur weil man es schon immer so macht, bedeutet dies nicht automatisch, dass man es richtig macht.
- Schließen Sie sich zusammen und suchen Sie den Partner, der zu Ihnen passt. Vertrauen Sie nicht darauf, dass Sie stets gesund bleiben und Ihre Kunden, komme was wolle, immer bei Ihnen bleiben.
- Sorgen Sie dafür, dass Ihre Firma und Ihr Einkommen „Bestand“ haben. Ihre Firma muss auch funktionieren, wenn Sie doch mal ausfallen.
- Glauben Sie nicht alles, was irgendetwas erzählt. Nutzen Sie ihren eigenen Verstand.
- Probieren Sie es aus. Fragen Sie ihre Kunden was diese von Ihnen erwarten. Nutzen Sie hierzu eigene Fragebögen, unsere oder die vom Anderen. Achten Sie darauf, dass Alles immer einfach bleiben muss!

Fazit.

Wer sich an den Veränderungen stört sollte bedenken, dass unsere Branche sehr spät mit den Veränderungen begann. Andere Branchen sind bereits erheblich weiter. Alles ändert sich stetig und so wird es auch bleiben. In unserer Branche stehen wir vor fundamentalen Änderungen, die es zu bewältigen gilt.

Bedenken Sie stets, dass Ihre Kunden keine Chance haben, wenn sie selbst versuchen für ihren Bedarf geeignete Versicherungsprodukte zu finden. Ihre Kunden können ganz einfach billige Produkte finden. Ihre Kunden werden aber praktisch nie in der Lage sein, Produkte zu wählen, die ihren tatsächlichen Bedarf abdecken. Hierzu bedarf es Spezialisten, die durch gezielte Fragen den Bedarf ermitteln und durch Sensibilisierungsfragen und Beispiele dafür sorgen, dass die Kunden verstehen worum es geht. Die Aufgabe des Vermittlers ist es, den Kunden in die Lage zu versetzen, die potenziell richtigen Entscheidungen zu treffen.

Wenn klar ist wo die Probleme liegen, wird es einfach. Ihre Kunden werden fast immer einen sehr hohen Sicherheitsbedarf haben. Meist wird es so sein, dass sie am liebsten ihren Lebensstandard erhalten möchten. Fast nie wird es so sein, dass ihre Kunden sich die Absicherung auch leisten können.

Somit besteht Ihre Aufgabe darin, die bestmöglichen sinnvollen Kompromisse zu finden. Ihr Kunde wird fast nie das beste oder billigste Produkt haben, jedes Produkt wird Schwächen haben. Insgesamt erhält ihr Kunde einen Versicherungsschutz, der seine Risiken bestmöglich abdeckt. Für Sie entsteht kein Haftungsproblem, da Sie den Vorgang einfach über den Vordruck protokollieren.

Wenn Sie Ihr Geschäft so machen, werden Sie zunächst gute Abschlüsse erzielen. Wenn Sie ihre Kunden dann auch im Schadenfall gut betreuen, dann werden aus den Neuabschüssen zufriedene Kunden. Diese zufriedenen Kunden werden z.T. gelegentlich gut über Sie reden und Ihnen so weitere Kunden zuführen.

Sie selbst müssen lediglich dafür sorgen, dass Sie stets dabei bleiben Ihre Kunden viel zu fragen. Sie müssen sich zudem Techniken anschaffen, mit denen das Geschäft schnell und kostengünstig abgewickelt werden kann.

Der wichtigste Punkt ist, dass Sie stets Zeit haben müssen um die Kundenbeziehungen zu pflegen. Es darf nicht passieren, dass Sie krank sind und Ihr Kunde dann keinen Ansprechpartner mehr hat.

Denn bei Allem was bereits geschrieben wurde geht es nur um Eines; um **Vertrauen**. Wenn Ihre Kunden Ihnen vertrauen, dann ist alles Andere kein Problem und Ihr persönlicher Erfolg wird zum angenehmen Nebeneffekt.

Verstehen Sie diese Zeilen bitte so wie sie gemeint sind. Ich glaube was ich schreibe und ich weiß, dass es stimmt. Ich möchte Sie nicht belehren, sondern Sie motivieren. Falls Sie derzeit noch einen anderen Weg gehen, möchte ich Sie motivieren, den einfachsten aller Wege zu testen. Denn zufällig ist der einfachste Weg der sicherste und beste für alle Beteiligten.

Falls Sie diese Zeilen motivieren sollten uns als potenziellen Weggefährten zu wählen, dann freue ich mich auf ein Gespräch. Unser Geschäftsmodell „inopartner“ ist für manche, sicher nicht für alle Vermittler, eine ideale Lösung. Sprechen Sie uns bei Interesse einfach an.

Was bietet Ihnen inobroker und wie unterscheiden wir uns von Anderen?

Pooling allgemein. Wir arbeiten mit fast allen Anbietern zusammen, bieten Pooling bisher aber nur mit ausgewählten Partnern an. Dies ändern wir 2016 und bieten Pooling mit nahezu allen Versicherern an.

Pooling KFZ. Während wir uns bisher auf wenige ausgewählte Anbieter konzentriert haben, erweitern wir unser Portfolio auch in der KFZ-Versicherung.

Software zur Kundenverwaltung. Mit inoOffice bieten wir die unserer Ansicht nach modernste und schnellste Technik zu Kundenverwaltung an. inoOffice verfolgt das Ziel, die bestmögliche, vollumfänglichen und schnelle Sicht auf den Kunden und dessen Umfeld zu haben. Ein weiteres Ziel besteht darin, den Aufwand zur Datenpflege auf ein Minimum zu reduzieren.

Software zum Vergleich. Wir versuchen z.B. in der PHV 98% des Geschäfts bei einem Anbieter zu platzieren. Trotzdem nutzen wir Vergleichsrechner, weil es ohne einfach nicht geht. Dieser Vergleich, bzw. der Prozess danach, erfüllt alle gesetzlichen Anforderungen nebenher. Wenn wir nun z.B. ein Angebot für eine PHV rechnen, dann ist nach maximal 2 Minuten alles erledigt. Der Kunde hat sein Angebot, die rechtlichen Anforderungen sind erfüllt und das Angebot einschließlich Schriftverkehr sind im inoOffice archiviert.

Die komplette Maklerhomepage. Eine Maklerhomepage gehört heute zum Geschäft. Eine Homepage, bei denen der Kunde nichts rechnen kann, ist natürlich Unsinn. Die Homepage muss hübsch sein und dem Kunden die Möglichkeit geben zu agieren. Je mehr er Ihnen vertraut, umso weniger wird er das tun. Verweigern Sie ihm aber die Möglichkeit, wird er es irgendwann woanders tun.

Sie können unsere Rechner auf Ihrer Homepage integrieren oder sich von uns eine komplette Homepage liefern lassen. Die komplette Homepage ist aus unserer Sicht sinnvoller, weil Sie sich ansonsten stets um die Homepage kümmern müssen.

inopartner. Hier gehen wir mit Ihnen eine Partnerschaft ein. Wir nehmen Ihnen einen Teil der Arbeit ab und wir kümmern uns gemeinsam um Ihr Geschäft. Wir sichern Ihren Bestand vor allerlei Gefahren und helfen Ihnen, den Bestand erheblich auszubauen. Unserer Ansicht nach der Königsweg für Viele.