

Der Faktor Mensch ist und bleibt die entscheidende Komponente!

So hieß es auf der fünften Fachkonferenz „Betriebswirtschaftliche Beratung und Betreuung von Agenturen und Maklern im Versicherungsvertrieb“ der Versicherungsforen Leipzig am 7. und 8. Mai 2015.

So hieß es auf der fünften Fachkonferenz „Betriebswirtschaftliche Beratung und Betreuung von Agenturen und Maklern im Versicherungsvertrieb“ der Versicherungsforen Leipzig am 7. und 8. Mai 2015.

Als zentrale Themen der Veranstaltung stellten sich Diskussion um in die Integration der Digitalisierung und die Entwicklung von Standards in der Agenturberatung heraus.

Unter der fachlichen Leitung von Prof. Dr. Matthias Beenken, FH Dortmund, und Mario Gärtner, Leiter Kompetenzfeld „Versicherungsvertrieb“ bei den Versicherungsforen Leipzig, diskutierten auf der zweitägigen Veranstaltung in Dortmund über 40 Experten der Versicherungswirtschaft die aktuellen Fragestellungen rund um das Thema Agenturberatung.

Web 2.0 - der Aufwand wird oft unterschätzt

Am vielfach diskutierten Thema Digitalisierung kam die Fachkonferenz in Zeiten von Web 2.0 nicht vorbei. Bei den Diskussionen wurde erneut deutlich, dass die Digitalisierung als isolierter Faktor für Kunden und Versicherer kaum einen Mehrwert bieten kann. Vielmehr geht es darum, die technologischen Potenziale durch die Verzahnung von Mensch und Technik zu heben. Als Kundenschnittstelle schlechthin hat die Versicherungsagentur die idealen Voraussetzungen, auch in der digitalen Welt erfolgreich zu sein, wenn es gelingt, das eigene Geschäftsmodell in die vernetzte Welt zu übertragen. Dass dieser Ansatz durchaus funktionieren kann, zeigten die beiden Gründer von Progress, einem jungen Maklerunternehmen aus Dresden. Mit einer Web 2.0-Strategie, die neben einem Fachblog und einem Onlinetermin-tool für Kunden auch auf eine intensive Kundenvernetzung via Facebook setzt, sind Tom Wonneberger und Stephan Busch vielen Maklerkollegen einen Schritt voraus. Damit das Konzept jedoch funktioniert, warnen die Gründer, bedarf es einem hohen Investment. Oftmals werde das Ergebnis überschätzt und der Aufwand unterschätzt, gibt Wonneberger zu bedenken. Trotzdem sind sich die beiden Jungunternehmen sicher, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben. 90 Prozent des Verkaufserfolges funktionieren über Menschlichkeit und die Wahrnehmung der einzelnen Person. Dafür sei das Web 2.0 mehrwertig, nicht jedoch für den Verkauf. Der Mensch bleibt also auch im Vertrieb der Zukunft weiterhin der entscheidende Faktor. Die Angst vieler Vermittler langfristig an Relevanz zu verlieren, ist daher weitestgehend unbegründet. Nur wer sich der Zukunft verschließt, verliert den Zugang zum Kunden.

Betriebswirtschaftliche Unterstützung als Schlüsselement

Im Laufe der zweitägigen Konferenz gaben darüber hinaus verschiedene Versicherer, darunter die Signal Iduna, die Continentale, die Westfälische Provinzial und die Rheinland Versicherung, einen Einblick in die jeweilige individuelle Ausgestaltung der Agenturberatung. Während die Ausführungen der Häuser unterschiedliche Marktansätze aufzeigten (zentrale vs. dezentrale Ausrichtung, selbstständige vs. angestellte Vermittler usw.), wurde eine gemeinsame Herausforderung bei allen Häusern identifiziert: Die wenigsten Agenturleiter sind heute Unternehmer mit betriebswirtschaftlichem Gespür. Die Ursache für diese Entwicklung ist jedoch oftmals in den Versicherungshäusern selbst begründet, denn die Versicherungsunternehmen haben in der Vergangenheit überwiegend „Verkäufer eingekauft“, so der Einwurf eines

Teilnehmers. Das dies in Zeiten hoher Marktsättigung, intensivem Wettbewerbs und hohen Kunden- sowie regulatorischer Anforderungen nicht mehr ausreicht, darüber sind sich die Teilnehmer einig. Heute benötige man den Unternehmer, den Verkäufer sowie die Führungskraft und zwar in einer Person. Da solche Mitarbeiter jedoch nicht oder nur schwer zu finden sind, ist die Unterstützung durch die Agenturbetreuer heute wichtiger denn je. Es gilt hierbei, insbesondere in betriebswirtschaftlichen Fragestellungen durch Schulungen und Einzelgespräche, den Agenturleitern beratend zur Seite zu stehen. Intensiv wurde in diesem Kontext aber auch diskutiert, wie es gelingen kann, individuellen Problemen und Herausforderungen in den Agenturen mittels standardisierter Lösungen zu begegnen. Johannes Schneider, Westfälische Provinzial, ist sich hierbei sicher, dass sich individuelle Ansätze standardisieren lassen. Er führte aus, dass es einer allgemeinen Toolbox bedarf, die je nach individueller Situation der Agentur, unterschiedliche Lösungen bereithält. Diese Auffassung wurde mit breiter Zustimmung vom Plenum begleitet. Ein Teilnehmer ging sogar noch einen Schritt weiter und bezeichnete „Standards als Mittel der Inspiration“.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.versicherungsforen.net/agenturberatung

Pressekontakt:

Katharina Thiemann

E-Mail: thiemann@versicherungsforen.net

Unternehmen:

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16

04109 Leipzig

Telefon: 0341-98988-224

E-Mail: thiemann@versicherungsforen.net

Internet: www.versicherungsforen.net/presse

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH:

Über die Versicherungsforen Leipzig GmbH Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche. Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem ermöglicht die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen »Blick über den Tellerrand«.