

Der Vermittler - das Stiefkind der Versicherungsunternehmen

◆ von Simone Schwarz

Schon sehr lange haben Versicherungsunternehmen (VU) die Notwendigkeit von Kundensegmentierung verinnerlicht. Haben sie dabei einen Schritt übersprungen? Was nutzt die Kenntnis über Kunden - bis hin zum tiefenpsychologischen Profil -, wenn demgegenüber nur wenig Wissen über die Eigenart der Vermittler existiert?

Zwar gibt es zahlreiche Befragungen dazu, welche VU durch Vermittler bevorzugt werden. Sie sagen allerdings mehr über die Beliebtheit der VU als über die Einstellung der Vermittler. Interessieren sich VU nicht für ihre Vermittler? Oder wird in den VU allgemein angenommen, Vermittler sind alle ähnlich, während Kunden und Produkte alle sehr unterschiedlich sind? In jüngsten Gesprächen haben VU Anliegen an den Vertrieb in 2009 wie folgt formuliert: 1. Vertriebsorganisation vergrößern; 2. Vermittler halten / binden; 3. Themen im Vertrieb „installieren“ und präsent halten. Um die Vertriebsorganisation zu vergrößern, brauchen VU eine Methode, die zu ihnen passenden Vermittler zu definieren, zu finden und an sich zu binden. Welcher Vermittler „passt“, geht weit über biographische und berufliche Informationen aus dem CV hinaus. Denn sonst sucht jedes VU dieselben Vermittler und nicht die, die zu ihm passen. Das mag im Ergebnis eine Schnittmenge sein. Dennoch muss sich das VU die Frage stellen, wer zu ihm passt, solange es glaubt, dass es sich von anderen VU unterscheidet.

Um Vermittler daran zu hindern, das VU zu verlassen bzw. zur Konkurrenz zu gehen, brauchen VU Instrumente, diese zu binden. Prämien sind notwendig, aber nicht hinreichend für dieses Ziel. Sonst würden die größten Ausschließlichkeitsorganisationen nicht nur die höchsten Prämien bezahlen, sondern darüber hinaus kein Vermittler sie verlassen oder sie nur verlassen, weil die Prämien in seiner Hauptsparte in einem anderen VU höher sind. Die Marke, technologische Infrastruktur, Produktschulungen, Training, Road-Shows sind sicher auch wichtige Faktoren, die auf die eine oder andere Weise Bindung erzeugen. Aber auf welche Weise? Für welche Vermittler ist Produktschulung ein hinreichender Grund, um sich „zugehörig“ zu einer Marke zu fühlen? Für welche Vermittler ist es ein Mix aus verschiedenen Bedingungen? Und ist nicht das Wechseln bzw. Ausscheiden von Vermittlern ein Zeichen dafür, dass keines dieser Instrumente für sich oder im Mix ausgereicht hat, um den Betroffenen zum Bleiben zu überzeugen?

Um Themen in den Vertrieb zu installieren und präsent zu halten, benötigt das VU eine Methode, welche die Vermittler einbezieht und davon überzeugt, dass ein Thema wichtig ist. Nur so kann Akzeptanz erzeugt werden. Nur durch Akzeptanz kann etwas bewegt werden. Dazu muss ein VU bereit sein zu-

zuhören, welche Hürden / Herausforderungen die Vermittler am meisten drücken, und nach Lösungen zu suchen. Bei der Suche sollte es sich aber nicht zu weit verirren. Eine Menge Erfahrungen und Know-how zur Überwindung solcher Hürden stecken in der Vertriebsorganisation selbst. Das VU kann Wege finden, dieses Know-how abzurufen, dorthin weiterzugeben, wo es am dringendsten benötigt wird, und Agenten mit bestimmten Erfahrungen in Kontakt zu bringen. Das VU ist dafür zuständig, die Rahmenbedingungen für den Vertrieb zu schaffen. Es übernimmt dabei die Rolle eines Facilitators für die Vertriebsorganisation. Praktische Ideen für diesen Weg gibt es gute, ohne das Rad neu zu erfinden. Es ist an der Zeit, den Vermittlern mehr Aufmerksamkeit zu schenken.

◆ Kurzportrait wetreu KG

Die wetreu Unternehmensberatung berät Unternehmen und Unternehmer in den Bereichen Strategieentwicklung und Unternehmensführung, Marketing und Vertrieb, Kundenpflege und Neukundengewinnung. Wir helfen in allen Fragen der Finanzierung und Finanzplanung, lösen Bankprobleme effizient und souverän und stärken Ihre Liquidität. Wir stehen Ihnen in allen Situationen - im Wachstum, aber auch im Falle einer Krise oder bei der Sanierung, mit Rat, Tat und Erfahrung zur Seite.

wetreu
Unternehmensberatung KG



◆ Autorin



Simone Schwarz
Senior Consultant
wetreu Unternehmensberatung KG
Telefon: +49(0)431-8008-207
Mobil: +49(0)174-435 54 79
Telefax: +49(0)431-8008-50207
s.schwarz@wetreu.de