



## Der anspruchsvolle Weg vom Makler zum Unternehmer

**Freude an der Kundenberatung. Attraktive Einkünfte. Unabhängigkeit. Und vielfach auch ein Stück sozialer Verantwortungen für Mitmenschen – das sind Motive für unabhängige Vermittler in der Assekuranz. Dabei kommt das „Unternehmersein“ oft zu kurz. Dr. Peter Schmidt skizziert einige dieser Herausforderungen.**

### Strategische Grundsatzfragen für Makler

Beginnen wir bei den zahlreichen Einzelkämpfern unter den Versicherungsvermittlern. Das Zeitbudget dieser Vermittler ist naturgemäß begrenzt. Wenn man jetzt noch eine vernünftige Dokumentation der Beratung sowie eine Umsetzung der Digitalisierung vornehmen will, dann kommt man schnell an Grenzen. Daraus erwächst die Entscheidung aus der Frage: weiter allein, Anbau von Mitarbeitern oder Abgabe von bestimmten Tätigkeiten an Dienstleister, wie Maklerpools?

Dr. Peter Schmidt, spezialisierter Unternehmensberater für Makler, Versicherungen, Vertriebe und Pools.

Eine zweite strategische Frage besteht darin zu entscheiden, für wen und für wie viel Geld arbeite ich für meine Kunden. Ein Geschäftsmodell, was sich an Discountern orientiert, also alles und billig anbieten, ist durch einen Einzelvermittler auf Dauer nicht leistbar.

Die Antwort kann nach Gusto verschieden sein: Stärkung der Einnahmen durch Dienstleistungs- oder Honorarvereinbarungen mit den Kunden. Spezialisierung auf bestimmte (ertragreiche) Produkte und Dienstleistungen oder die Konzentration auf Vollkunden.

Greifen wir noch eine dritte Grundsatzfrage heraus: die Art und Weise der Kundengewinnung oder Beratung. Das Kundenverhalten hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend verändert. Kunden orientieren sich am Internet, ziehen daraus Information vor und nach den Beratungen und schließen immer häufiger ihre Versicherungen auch gleich dort ab. Die technischen Möglichkeiten über Smartphones und Tablet-PC sowie das aggressive Agieren der Vergleichsplattformen haben gleichermaßen Wirkung gezeigt. Wer dies ignoriert, wird auf mittelfristige Zeit nur verlieren können.

Eine Entscheidung zu einem hybriden Beratungsmodell mit klassischer persönlicher sowie Online-Beratung steht ebenso auf der Tagesordnung wie die Verlagerung einfacher Versicherungen sowie von zeitfressenden Preisvergleichen in den Online-Bereich der eigenen Homepage.

### Betriebswirtschaftliche Denkweise aneignen

Die Mehrzahl der freien Vermittler erwirbt betriebswirtschaftliche Kenntnisse eher in der Praxis als durch Weiterbildung, ein entsprechendes Studium oder professionelles Coaching. Die Folgen sind oft ein

Treibenlassen im operativen Alltag. Eher reaktive Arbeit nach Kundenwünschen, Priorisierung von Schadensregulierungen und verkürzte Marktrecherchen durch mehr oder weniger gute Vergleichsprogramme lassen dann kaum noch Raum für strategische Überlegungen. Dabei sind diese auch für kleine und mittlere Vermittlerfirmen existenziell wichtig.

Bei Unternehmensberatungen für Maklerunternehmen merken wir immer wieder, dass es sehr wichtig ist, dass Makler sich Zeit zur Reflexion der eigenen Arbeit und des aktuellen Workflows nehmen. Analyse und Zeit zur strategischen Neuausrichtung werden so zu einem Erfolgsfaktor für die Zukunft. Dazu gehört auch, sich mit Misserfolg(en) und Gründen für sinkende Umsätze zu befassen und die Ursachen zu bekämpfen.

Beobachtungen des überregionalen und regionalen Marktes, Branchenanalysen, Betrachtungen zu Auswirkungen neuer gesetzlicher Regelungen und das Erkennen von neuen Chancen und Möglichkeiten sind wesentliche Faktoren, um eine Erfolgsstrategie für die kommenden drei bis fünf Jahre zu entwickeln. Es bringt nichts, wie der Hase auf die Schlange zu starren, wenn im Gefolge des LVRG Lebensversicherungscourtagen sinken werden. Es gilt, zu handeln und Zeit in die Veränderung des eigenen Geschäftsmodelles zu investieren.



Quelle:

Dr-Peter-Schmidt-2019-PS-Consulting

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4917060/der-anspruchsvolle-weg-vom-makler-zum-unternehmer/>