



Stefan CHLEBNICEK,
akad. Versicherungsmakler
(WU), Senior Expert



Der Versicherungsmakler als Risikomanager –

neue Chancen für erfolgreiche Geschäftsabschlüsse

Geschäft zu skalieren und damit Umsatzwachstum zu generieren ist für Geschäftsführer:innen eines der obersten Unternehmensziele. Dieser Artikel veranschaulicht Möglichkeiten, wie dies auch im dynamischen Marktumfeld der Versicherungswirtschaft möglich ist.

Die Zeiten ändern sich

Erinnern Sie sich noch an die Zeit, in der Sie mit schweren Foto- oder Videoapparaten im Urlaubsort unterwegs waren oder in der nahegelegenen Videothek einen Film für den gemütlichen Heimkino-Abend ausgeliehen haben?

Smartphones und Plattformen wie Netflix, Amazon u.v.m. haben nicht nur Alltag und Konsumverhalten verändert, sondern auch ganze Branchen in Bedeutungslosigkeit verschwinden lassen.

Die Generationen Y, Z und wie sie nicht alle heißen haben eigene Bedürfnisse. Der technologische Wandel wirkt sich auf die Unternehmenslandschaft radikal aus und schafft kontinuierlich neue Berufsbilder und Karrieren.

Viele Versicherungsvermittler:innen sind (zu) spät auf den Zug aufgesprungen, um gegen die vorherrschende Präsenz von Versicherern oder Insurtechs bestehen zu können. Von Grund auf eine Onlinepräsenz und ein eigenes Onlineangebot aufzubauen, ist ein langwieriges Unterfangen, das durchaus mit bedeutenden Kosten verbunden sein kann.

Eine durchdachte Strategie ist gefragt

Das Tätigkeitsfeld von Versicherungsmakler:innen hat sich in den vergangenen Jahren kaum gewandelt, was zum Fallstrick werden könnte. Der Fokus liegt nach wie vor auf dem Verkauf von Versicherungsprodukten auf Basis der im Maklergesetz obligatorischen Risikoanalyse. Diese wird aber häufig stiefmütterlich behandelt bzw. kaum angesprochen.

Hier verpassen Sie Chancen, denn gerade die intensive Analyse der Kundensituation bietet viel Potenzial. Nicht immer ist der Abschluss eines Versicherungsvertrages das „Nonplusultra“ für eine erfolgreiche Beziehung mit Kund:innen. Oft erge-

ben sich gerade aus weiterführenden Gesprächen mit Bestandskunden völlig neue Geschäftsansätze. Wenn Sie den Fokus stärker auf eine Beratung abseits von verfügbaren Versicherungsprodukten legen, können Sie sich den neuen Herausforderungen des Marktes stellen und einen persönlichen USP finden.

Einnahmequelle Risikomanagement

Als Risikomanager:in schaffen Sie bei Ihrem Gegenüber Bewusstsein für drohende Ereignisse und haben zudem ein gutes Argument, um für Ihre Beratungsleistungen angemessene Honorarnoten zu legen. Ein Wandel im Denken betreffend der passenden Honorierung des Versicherungsberaters oder der Versicherungsberaterin ist in meinen Augen längst überfällig, wenn man den eigentlichen Wert der Beratung bedenkt.

Das vieldiskutierte Provisionsverbot wird nach aktuellem Stand glücklicherweise nicht kommen. Das ist sehr erfreulich, da sich die Zahl bestehender Gewerbeberechtigungen für die Versicherungsvermittlung sonst schlagartig verringern würde. Ein Grund dafür ist, dass das derzeitige Geschäftsmodell (noch) nicht darauf ausgelegt ist, dass es ohne Provisionen funktionieren kann. Dennoch gibt es Pläne die Transparenz im Versicherungs- und Finanzvertrieb zu erhöhen – wie auch immer diese aussehen werden.

Ebenfalls nicht zu vernachlässigen ist die Thematik rund um Unternehmensnachfolgen bzw. -weiterführungen. Das Gros der heimischen Versicherungsmaklerschaft ist im gehobenen Alter und für potenzielle Nachfolger:innen ist der Beruf kaum attraktiv. Hand auf's Herz, würden Sie heute, wenn Sie Ihr junges Ich vor sich hätten, diesem unsere Branche empfehlen? Und falls „nein“, warum nicht?

Ich lehne mich aus dem Fenster und behaupte, dass die Provisionierung für vermitteltes Geschäft gepaart mit hohen Haftungspotenzialen und einem Kostenaufwand für Büro und Infrastruktur nicht der Attraktivität dieses Berufes zuträglich sind.

Aber „lassen Sie uns die Braut aufhübschen“ und Perspektiven schaffen. Denn eine dezente Neugestaltung bzw. Weiterentwicklung des Berufsbildes, für welches durch das „neue“ Geschäftsfeld eine nicht zu vernachlässigende Einkommensquelle geschaffen werden würde, macht den Beruf des Versicherungsmaklers auch für Folgegenerationen interessant.

Weiterbildung als Schlüssel zum Erfolg

Um eine umfassende Beratung anzubieten, müssen Sie die Probleme und Bedürfnisse Ihrer Klientel kennen und verstehen. Das geht nur, wenn Sie sich auf eine bestimmte Zielgruppe fokussieren und/oder das eigene Wissensmanagement auch um versicherungsfremde Themenbereiche erweitern. Das gilt sowohl für Kund:innen für den betrieblichen als auch für den privaten Bereich.

Hierfür interessieren sich unsere Kund:innen im betrieblichen Bereich vorrangig:

- Risiken in Produktionsabläufen von Gütern
- Beschaffungsrisiken von Waren und Rohstoffen
- Haftungspotenziale und Vertragsrisiken
- Finanzielle Risiken bei der Veränderung des wirtschaftlichen Umfeldes
- Risiken bei Fragen zum Umweltschutz und zur Nachhaltigkeit
- Technische und politische Risiken

Um allen Ansprüchen zu begegnen, ist es nicht zwingend erforderlich, alles selbst bis ins kleinste Detail zu wissen. Sie finden im eigenen Netzwerk sicherlich passende Ansprechpartner:innen, die „fremde“ Themenbereiche abdecken können. Gewisse Basiskenntnisse in den einzelnen Gebieten sind aber dennoch wichtig und sollten sukzessive aufgebaut werden, damit Sie mit Ihrer Kundschaft auf Augenhöhe sprechen können.

Der feine Unterschied zwischen Risikomanager:in und Verkäufer:in

Kurz gesagt: die Struktur.

Eine umfassende und an die spezifischen Probleme des Kunden angepasste Vorbereitung auf den Beratungsprozess ist ausschlaggebend für den Erfolg. Es ist daher extrem wichtig, Kundeninformationen laufend zu aktualisieren und festzuhalten.

Manchmal finden sich im Gespräch Wünsche oder Bedürfnisse, die nicht sofort zu einem Vertragsabschluss führen, aber für die Zukunft relevant sein können.

Im Beratungsgespräch selbst sollen die Anliegen des Kunden im Vordergrund stehen. Spätestens nachdem die Themen der Kundschaft behandelt wurden, sind Fragen der Versicherungsexpert:innen zu angrenzenden Bereichen sinnvoll. Üblicherweise ergibt sich dadurch ein Brückenschlag zu Themenfeldern, an die Ihre Kund:innen selbst noch nicht gedacht haben. Zudem erhalten Sie wertvolle Informationen über die weiteren geplanten Entwicklungen Ihrer Kund:innen, die Sie für einen künftigen Austausch aufgreifen können. Vielen Kund:innen sind zukünftige Gefahren und Probleme nicht bewusst.

Eine umfassende Risikoberatung deckt viele Problemfelder ab und weckt das Interesse des Gegenübers für entsprechende Lösungen. In jedem Fall bestätigt sich das Gefühl, dass ein echtes Interesse für das jeweilige Unternehmen und die spezifischen Sorgen vorliegt und gemeinsam Lösungen erarbeitet werden. Das festigt die Berater-Kunden-Beziehung immens.

Welche Dienstleistungen können Versicherungsexpert:innen zusätzlich anbieten?

Nicht jedes Risiko lässt sich mit dem Abschluss einer Versicherungspolize „aus der Welt schaffen“. Zu den wesentlichen Herausforderungen, die Risikoexpert:innen meistern müssen, gehört das Aufzeigen alternativer Möglichkeiten, um individuelle Gefahrenpotenziale der Kund:innen zu minimieren. Dazu ist es erforderlich, das eigene Dienstleistungsportfolio zu erweitern. Und so können Sie Strategien für Ihre Kund:innen entwickeln, um vorhandene Prozesse zu sichern und zu verbessern.

Fazit

Der ausschließliche Verkauf von Versicherungen wird in Zukunft nicht mehr ausreichen, um die Existenz eines Maklerbetriebes zu gewährleisten. Kund:innen sind im digitalen Zeitalter gut vernetzt und holen benötigte Informationen selbst aus dem Internet. Sie sind als Versicherungsfachmann bzw. -fachfrau daher gefordert, durch strukturiertes Wissensmanagement die eigene Entwicklung voranzutreiben und inhaltliche Mehrwerte für Ihre Klientel zu schaffen.

Durch den täglichen Umgang mit unterschiedlichsten Risiken verfügt Risk Experts über einen enormen Wissens- und Erfahrungsschatz. Als unabhängiges Beratungsunternehmen unterstützen wir Sie dabei, Ihre Kund:innen vollumfänglich in allen Risikofragen zu beraten und teilen unser Know-how praxisnah im Rahmen von Seminaren, Workshops und Vorträgen.

Besuchen Sie auch unsere Homepage www.riskexperts.at und folgen Sie uns auf LinkedIn – wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

Hilfreich im Tagesgeschäft eines Versicherungsmaklers

Risikoanalysen für Betriebe branchenbezogene Sammlung

z.B. für Klein- u. Mittelbetriebe, Arztpraxen, Autohäuser, Hotel u. Pensionsbetriebe u.v.m. Die Kernaufgaben des Riskmanagement sind:

Risikoerkennung – Risikobewertung – Sicherheitsgüterdisposition
Anpassung an die jeweiligen Anforderungen sind möglich und in vielen Fällen sinnvoll.

Weitere Informationen und Preise auf www.oevm.at

