

Externe Vertriebsunterstützung

# Wege in die Unabhängigkeit

Makler wollen eigenständig sein und suchen daher vermehrt die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern. Neben Pools bieten sich auch Unterstützer mit anderen Geschäftsmodellen an.

Makler möchten autonom sein: Das Ergebnis der 2012er Umfrage der Vertriebservice-Gesellschaft maklermanagement.ag unter 300 Maklern belegt, dass 97 Prozent und damit acht Prozent mehr als vor zwei Jahren größten Wert auf ihre Unabhängigkeit legen. Allerdings ist sehr vielen von ihnen auch klar, dass zunehmende Anforderungen durch Gesetzgeber und Produktvielfalt es immer schwerer machen, das komplette Geschäft allein zu stemmen. Daher schließen sie sich Organisationen an, die sie dabei unterstützen. Nach wie vor stehen Pools dabei mit 73 Prozent (2011: 78 Prozent) an erster Stelle, gefolgt von Maklerverbänden mit 23 Prozent (26 Prozent) und dem Zusammenschluss mit anderen Maklern mit 17 Prozent (elf Prozent).



VM-Autor: **Elke Pohl**, freie Journalistin, Berlin

Neben Pools und Verbänden gibt es aber auch eine ganze Reihe von Anbietern, die ihre Dienstleistungen auf anderer Grundlage anbieten. Zu den bekanntesten zählt die Vema Versicherungs-Makler-Genossenschaft e.G. als größter genossenschaftlicher Zusammenschluss von mehr als 1.250 Maklerfirmen.

## Workflow mit 30 Schnittstellen

Größter Unterschied zum Pool sei, so Pressesprecherin Anke Kassel, dass die Geschäftsbeziehungen zwischen Versicherer und Makler direkt bestehen bleiben. „Der einzelne Vema-Partner kann sich in beliebiger Breite und Tiefe an unseren Lösungen bedienen“, wie sie betont. Diese werden in den vier Bereichen Produktmanagement, Workflow, Akademie und Unternehmensoptimierung vornehmlich über das Extranet angeboten. Zentrale Arbeitsplattform ist der Workflow mit Schnittstellen zu mehr als 30 wichtigen Makler-Verwaltungsprogrammen. „Um

## IN KÜRZE

In diesem Artikel lesen Sie:

- Welche unterschiedlichen externen, vertriebsunterstützenden Modelle es am Markt gibt.
- Worin diese Unternehmen sich von Maklerpools abheben.
- Worin der Nutzen für Makler besteht, wenn sie sich das Know-how von Dienstleistern sichern.

die Prozesse zwischen Versicherer und Makler zu verbessern und Medienbrüche zu vermeiden, sehen wir uns als Intermediär“, erklärt die Sprecherin weiter und hebt hervor, dass auch auf Versichererseite entsprechende Datenschnittstellen eingerichtet werden – sowohl nach BiPro-Norm als auch als Individuallösungen. Ein Alleinstellungsmerkmal habe man mit den im Extranet eingebetteten Tarifrechnern, hebt Kassel weiter hervor. Aktuell können 28 nach Sparten gegliederte Rechner mit jeweils etwa neun Versicherern aufgerufen werden. Die Vema-Rechner stehen dem Makler von der Krankenversicherung bis zur Gewerbeversicherung zur Verfügung und werden ständig erwei-



Foto: © Torbz - Fotolia.com

tert. Der Angebotsprozess dauert kaum fünf Minuten, übernimmt bis zu drei Versicherer in ein personalisiertes Angebot und kann, wenn gewünscht, auch ungleiche Konfigurationen wie etwa Basis-, Medium- und Exklusivprodukte vergleichen, falls der Makler seinem Kunden verschiedene Deckungs- und Preisstufen vorstellen möchte.

### Investmentprodukt sucht Makler

Auf eine ganz spezielle Zielgruppe oder besser den Vertrieb einer speziellen Produktgruppe fokussiert sich die max.xs financial services AG, die sich als Schnittstelle zwischen Maklern, Vertriebsorganisationen und Investoren auf der einen und Produktgebern von Investmentfonds auf der anderen Seite sieht. Wie Managing Director Rainer Ottemann betont, bringe man hochwertige Investmentprodukte von Firmen, die entweder neu im deutschen Markt sind oder aus verschiedenen anderen Gründen keinen eigenen Vertrieb haben, mit interessierten Maklern und Finanzdienstleistern zusammen.

Zwar gebe es im Markt bereits Placement-Agents von Produkthanbietern, aber eine ganzheitliche Betreuung mehrerer Anbieter wie im Falle von max.xs sei in Deutschland einzigartig, betont er. „Im Unterschied zu einem Pool behalten Makler, die mit uns kooperieren, ihr Geschäft komplett bei sich. Es gibt keinen Vertrag, sie binden sich nicht an uns und können die Fonds letztlich wie gewohnt ordern“, beschreibt Ottemann das Geschäft. An die Auswahl der Anbieter und Fonds habe man höchste Ansprüche. Es müsse einen

Bedarf geben, der Investmentprozess müsse transparent sein. Ein ehemaliger Dachfonds-Manager betreut den Research-Prozess, der intensive Gespräche mit den Fondsgesellschaften einschließt. Gesellschaften wie Rothschild, First Private, Kleinwort Benson und Gamax seien Garanten für Seriosität. Doch obwohl die Qualität hoch und die Ergebnisse überdurchschnittlich seien, gebe es zu wenige Makler, die sich an das Geschäft herantreten, bedauert Ottemann. „Dabei geben wir jede erdenkliche Unterstützung, stellen unterschiedliche Fondsprodukte zusammen, kombinieren je nach Kundenprofil Angebote unserer sieben Produktpartner und das alles über einen Ansprechpartner und ohne Haftungsrisiko für den Makler.“ Weiterer Vorteil: Für Makler ist die Dienstleistung kostenlos, da max.xs sich komplett über die Produktgeber finanziert.

### Heimat der Unzufriedenen

Ebenfalls streng zielgruppenorientiert arbeitet die vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH. „Wir verstehen uns als Verbund, nicht als Pool“, betont Geschäftsführer Stefan Liebig, der gemeinsam mit Vater und Bruder das Familienunternehmen betreibt. Die Spezialität: Vermittler, die jahrelang in der Ausschließlichkeit tätig waren und den Weg in die Selbstständigkeit als Makler oder Mehrfachagent gehen wollen, bekommen hier intensive Unterstützung in allen fachlichen, rechtlichen und organisatorischen Fragen. „Der Markt ist groß, da einige Unternehmen ihre Vertreter durch unpopuläre Entscheidungen regelrecht in

unsere Arme treiben“, verdeutlicht er. Und so sind die Einstiegshürden bei vfm nicht gering: Einen Komposit-Bestand von mindestens 500.000 Euro oder alternativ 80.000 Euro Provision aus Neugeschäft muss ein neuer Partner mitbringen, zudem sollte er seinen betreuten Kundenkreis seit mindestens fünf Jahren gut kennen. Diese Parameter seien die Garantie für professionelle und langfristige Kooperationen, erläutert Liebig. So genannte Infotage in der Orientierungsphase klären weitere Fragen und fördern das gegenseitige Kennenlernen. „Wenn alles passt, entlasten rund 50 Mitarbeiter die Neueinsteiger von allen bürokratischen Lasten, sodass sie sich – im Rahmen des rechtlich Möglichen – ausschließlich um ihre Bestände kümmern können.“

Auf diese hat vfm auch in der Folge keinen Zugriff, die Vereinbarungen der Partner zu den Versicherungsunternehmen bleiben unangetastet. Das Unternehmen finanziert sich hauptsächlich über Overhead, die Kooperation ist ab gewissen Umsätzen kostenfrei, wobei die Konditionen in den Courtagezusagen nicht gekürzt würden, wie Liebig hervorhebt. Entsprechend sei die Fluktuation mit weniger als fünf Prozent gering. Und wenn, dann brächten Trennungen zwar gewisse Reibungsverluste mit sich, aber keine existenziellen Probleme. „Leben und leben lassen“ ist ein Grundprinzip des Dienstleisters, der größten Wert auf Unabhängigkeit von Geldgebern aus der Branche legt und dafür in Kauf nimmt, etwas langsamer, aber eigenständig zu wachsen.

### Sicherheit und höheres Einkommen

Als klassischer Dienstleister mit Pooltätigkeit versteht sich Armin Christofori, Vorstand der SDV Servicepartner der Versicherungsmakler AG. „Wir nehmen nicht nur Geschäft an und reichen es an die Versicherer weiter, sondern unterstützen bereits dessen Entstehung. Vor allem in Bereichen, die nicht zu den Kernkompetenzen des Maklers gehören, sodass er echtes Zusatzgeschäft machen kann“, berichtet

er. Im Gewerbebereich stehen zudem Gutachter zur Verfügung, die Risiken professionell einschätzen können. Damit werde der Makler unterstützt von der Geschäftsanbahnung über den Antragsprozess bis hin zur Kontrolle der Inhalte der Police. Zudem erfolge die Überprüfung des richtigen Provisionseingangs – alles Dinge, die der klassische Pool nicht leiste. Obwohl ein Tochterunternehmen der Signal Iduna, biete SDV den rund 500 aktiven Partnern unabhängige Dienstleistungen und kooperiere mit über 200 Versicherungsgesellschaften, fährt Christofori fort. Der Produkt-Mix wird veröffentlicht und kann von jedermann eingesehen werden. Einnahmen werden vornehmlich über Overhead generiert. Die Verbindung zu dem Versicherer ist seiner Meinung nach zudem von Vorteil für die Makler, da der Ergebnisabführungsvertrag mit der Signal Iduna das Risiko minimiere, bei wirtschaftlichen Problemen Bestand und Einkommen zu verlieren. „Sicherheit – auch Rechtssicherheit – und höheres Einkommen: Das sind die Argumente, mit denen wir am Markt punkten“, so der Vorstand.

### Büro im Internet und Telefon-Sekretariat

Neben Full-Service-Anbietern können Makler auch auf Dienstleister zugreifen, die ihnen einzelne Prozesse abnehmen. Wie etwa Hans Steup, der viele Jahre als Allianz-Mitarbeiter Makler bei ihrem Marketing unterstützte und seit 2010 dies mit eigener Firma tut. Er erarbeitet gemeinsam mit Maklern Strategien für ihren Auftritt bei Google, Facebook, Xing und Twitter.



**„Die Sache ist über die Jahre gewachsen und wird von Vertrauen getragen.“**

*Andreas Vollmer, Geschäftsführer der Mehrfachagentur Hasenclever + Partner GmbH + Co. KG, Bielefeld*

## DIE SELFMADE MEN

Ganz ohne Kooperationen mit externen Dienstleistern kommt Andreas Vollmer, Geschäftsführer der Mehrfachagentur Hasenclever + Partner GmbH + Co. KG, aus. Für ihn ist es eine Frage des unternehmerischen Anspruchs, ob man die eigene Wertschöpfung auf Beratung und Verkauf reduziert oder sich als Unternehmer sieht. „Wir machen alles selbst“, so sein Credo, schränkt aber zugleich ein: „Seit 15 Jahren arbeiten wir arbeitsteilig mit sechs anderen Maklerfirmen aus Ostwestfalen-Lippe zusammen, von denen sich jede auf bestimmte Sparten spezialisiert hat, was Marktbeobachtung, Produktangebote oder das Aushandeln von Rahmenverträgen betrifft.“ Die Zusammenarbeit basiere auf der langjährigen Beziehung der Beteiligten und komme ganz ohne schriftliche Verträge aus. Eine Zentrale übernimmt Backoffice-Aufgaben für den

Verbund, ansonsten agiert jede Firma selbstständig. Obwohl es keine Bestandsaufteilung gibt, komme es nicht zu Revierkämpfen. „Die Sache ist über die Jahre gewachsen und wird von Vertrauen getragen“, macht er deutlich. Für ihre meist vermögenden Privatkunden handeln die Makler hervorragende Konditionen aus, weil sie mit deren sehr guter Schadensituation argumentieren können. „Mit diesem Pfund wuchern wir und erreichen so manchen Sonderrabatt und zufriedene, treue Kunden“, erklärt er weiter. Natürlich kam in der Vergangenheit die Frage auf, ob man sich einem Pool anschließen solle, da das Self-made-Prinzip ziemlich arbeitsintensiv ist. „Aber dann wäre der Effekt der guten Schadenquote im Pool aufgegangen. Und was Pools über Masse erreichen, erreichen wir über Qualität und belassen es auch dabei“, fasst Andreas Vollmer zusammen.

„Viele Makler stehen immer noch auf dem Standpunkt, dass sie mit einem x-beliebigen Facebook-Profil von ihren Kunden gefunden werden und dann automatisch reich werden“, erzählt er mit einem Augenzwinkern. „Aber so funktioniert es nicht.“ Daher bietet er auf den einzelnen Makler abgestimmte Konzepte für das „Büro im Internet“ an, das mit der Qualität der eigenen Homepage steht und fällt. Wenn die eigenen Websites nichts taugen, dann stoppt man die Leute und verliert Interessenten, wenn nicht sogar Kunden, ist er überzeugt. In welchen Sparten liegen eigene Stärken? Wie kann man mithilfe von Suchmaschinenoptimierung dafür sorgen, dass man gefunden wird? Wie nimmt man persönlichen Kontakt zum Kunden auf? Welche Dienstleistungen wie Blogs können die Webseite interessant machen? „Darüber sollte man schon länger als ein paar Minuten nachdenken“, erklärt er.

Eine ganz andere Dienstleistung bietet die Firma Milliways Infodesign GmbH mit dem Telefon-Sekretariat „Emilie“ an, das nach Auskunft von Geschäftsführerin Martina Kirsten von vielen Maklern und anderen Vermittlern in Anspruch genommen wird – von Einzelkämpfern ebenso wie von größeren Betrieben. Das Prinzip ist einfach: Wenn alle Mitarbeiter außer Haus oder im Gespräch sind, geht statt eines Anrufbeantworters eine Sekretärin ans Telefon, die sich so meldet, wie der Vermittler dies wünscht, und das Anliegen seines Kunden aufnimmt. Auch die Durchsage von Notrufnummern oder andere vorab über das Benutzerkonto definierte Dienstleistungen übernimmt Emilie. Bei einem Anruf erscheinen alle Informationen auf dem Bildschirm der Sekretärin, sodass sie qualifiziert agieren kann. Anschließend gibt es Gesprächsnotizen, auf Wunsch auch per Mail oder SMS, die der Vermittler abarbeiten kann.

„Kunden und Interessenten fühlen sich gut aufgehoben, wenn sie einen direkten Ansprechpartner am Telefon haben. Wer spricht schon gern mit einem Anrufbeantworter?“, meint sie. Wer Emilie buchen möchte, kann das zu unterschiedlichen Konditionen und sehr flexibel tun – ganz nach eigenem Bedarf. ■