

„Wir verfallen angesichts des Fintech-Hype nicht in Hektik“

INTERVIEW Stefan Liebig, Geschäftsführer des Pegnitzer Maklerverbundes VFM, hat am Rande der Know-how-Börse in Würzburg mit Cash.Online über Digitalisierung, das vergangene Geschäftsjahr und die Agenda für 2016 gesprochen.

Seit wann veranstalten Sie die Know-how-Börse und welche Ziele verfolgt die Veranstaltung?

Liebig: Die Idee der Know-how-Börse geht fast auf die Anfänge von VFM zurück. Die erste Know-how-Börse fand in einem Hotel mit ca. zwanzig Leuten statt. Auf dem Hotelflur waren die „Stände“ der teilnehmenden fünf bis sechs Versicherer an kleinen Tischen aufgebaut. Die Veranstaltung hat – damals wie heute – zum Ziel, Verbundmitglieder zusammen zu bringen sowie den Know-how-Transfer und Austausch untereinander zu fördern. Wir haben daraus nie eine öffentliche Veranstaltung gemacht und es hat sich zu einem jährlich sehr erfolgreichen Format entwickelt. In diesem Jahr konnten wir bereits die 24. Know-how-Börse begehen – mit immerhin knapp 500 Teilnehmern.

Ein zentrales Thema der diesjährigen Veranstaltung war die Digitalisierung. Was sollen die Vermittler mitnehmen?

Liebig: Ihnen sollte bewusst sein, dass wir in einem sich stark verändernden Marktumfeld unterwegs sind und dass diese Veränderungen auch passieren müssen. Die ganz neuen Ideen, die jetzt in den Markt getragen werden, sollte man genau prüfen, für sich das Positive heraus ziehen und in den eigenen geschäftlichen Alltag einfließen lassen. Unsere Verbundmitglieder sollten wissen, dass VFM der richtige Partner ist, der sie auf diesem Weg begleitet.

Mit Dominik Groenen haben Sie auch einen Fintech-Vertreter zur Know-how-Börse eingeladen. Wie stehen Sie zur Fintech-Thematik?

Liebig: Wenn man den aktuellen Fintech-Hype beobachtet, könnte man meinen, dass der „Frühe Vogel“ den Wurm fängt. Man könnte aber auch sagen: „Die zweite Maus bekommt den Käse.“ Ich halte es tatsächlich für angebracht, die Entwicklung zunächst zu beobachten und abzuwarten. Dennoch nehmen wir das gesamte Thema grundsätzlich sehr ernst. Was die Fintech-Szene an



Stefan Liebig: „Unsere Verbundmitglieder sollten wissen, dass VFM der richtige Partner ist, um sie bei der Digitalisierung zu begleiten.“

sich angeht, unterscheiden wir ganz klar danach, wer hinter den Unternehmen steht – wenn jemand vom Fach im Hintergrund agiert, nehmen wir das Fintech natürlich ernster. Wir verfallen jedoch nicht in Hektik, sondern schauen uns an, welche Lösungen für Kunden und Vermittler sinnvoll sind. Basierend darauf werden wir dann agieren.

Sie haben das Maklerverwaltungsprogramm (MVP) Keasy im letzten Jahr eingeführt. Nun planen Sie Erweiterungen wie ein Portal und eine App für Endkunden. Wann kommen die neuen Features?

Liebig: Wir stellen Keasy nicht nur den Verbundpartnern sondern dem gesamten Maklermarkt zur Verfügung. Mit Keasy schaffen wir eine professionelle Ausgangssituation, um im nächsten Schritt ein sinnvolles Frontend installieren zu können. Das wird im ersten Schritt ein digitaler Versicherungsordner sein, der voraussichtlich im

zweiten Halbjahr zur Verfügung stehen wird. Auch den digitalen Versicherungsordner werden wir zunächst im Verbund testen und das Nutzerverhalten analysieren. Da wir glauben, dass man den Multiplikatoreffekt über die Makler erzeugen muss, ist uns vor allem wichtig, hier einen klaren Servicevorteil für Vermittler und Kunden zu schaffen. *Wie lief das Geschäftsjahr 2015 für VFM?*

Liebig: Wir wachsen konstant. Das Wachstum der Provisionserlöse liegt bei jährlich zehn bis zwölf Prozent – das wird auch für 2015 der Fall sein. Wir haben im letzten Jahr an vielen Stellen investiert – nicht nur in Technik, sondern auch in Know-how und unseren Mitarbeiterstamm. Unsere Partner sind Profis, die wir auch in den Segmenten professionell unterstützen wollen, in denen sie noch kein Profi sind. Wir haben 2015 in der Personalentwicklung und der internen Struktur der Fachgebiete einiges optimiert und sind sehr zufrieden. Wir hoffen, die Früchte dieser Maßnahmen im laufenden Jahr ernten zu können – trotz der herausfordernden Zeit. Wir glauben, dass wir mit unserem Personal gut positioniert und den Herausforderungen gewachsen sind.

Was steht 2016 für VFM auf der Agenda?

Liebig: Wir wollen weiterhin auf unserem soliden und stetigen Wachstumskurs bleiben. Wir werden uns zudem mit der Einführung automatisierter Prozesse beschäftigen. Hierbei geht es nicht nur um eine App, sondern hauptsächlich um die Digitalisierung der Prozesse – auch in den Unternehmen unserer Partner. Grob gesagt geht es darum, effizienter zu werden und hierbei sind eigentlich die Versicherer das „Zünglein an der Waage“. Denn egal wie gut die Technik ist, die wir zur Verfügung stellen, um die technischen Vorzüge für Vermittler nutzbar zu machen, müssen die Versicherer auch die passenden Daten bereitstellen. Dieses Thema wollen wir mit den Produktpartnern aktiv angehen.

Das Gespräch führte **Julia Böhne**, Cash.