

„Wir sehen im Ausbau der Aktivitäten im Gewerbegebiet noch Potenzial“

Interview mit Rüdiger Höse, Abteilungsleiter Kompetenzzentrum Komposit, und Walter Pajung, Experte Gewerbe/Industrie-Versicherungen, bei der vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH

Die Einnahmensituation von Maklerbüros hat sich in den vergangenen Jahren aus gleich mehreren Gründen verschlechtert. Insbesondere leidet das Altersvorsorgegeschäft. Auf der Suche nach neuen Geschäftsfeldern rückt die Gewerbeversicherung immer mehr ins Blickfeld. So empfiehlt die vfm-Gruppe Maklern den Ausbau des Gewerbegebietes für eine höhere Werthaltigkeit des Bestands.

Herr Höse, viele kleine und mittelständische Maklerbüros kämpfen um ihre Profitabilität. Welche Möglichkeiten sehen Sie, den aktuellen negativen Strömungen entgegenzuwirken?

Rüdiger Höse Im Grunde genommen gibt es nur drei Möglichkeiten: Höhere Courtage-Umsätze, Reduzierung der Betriebskosten oder eine Kombination aus beiden Ansätzen.

Herr Pajung, das ist natürlich leichter gesagt als getan. Welche konkreten Ansätze empfehlen Sie etwa Ihren Partnern unter dem steigenden Druck des Verdrängungsmarktes?

Walter Pajung Viele Makler haben ihre Kompetenzschwerpunkte im Privatkunden- und Altersvorsorge-Geschäft. Der Ausbau dieser Geschäftszweige verspricht nur geringe Ertragssteigerungen bei erheblichem Zeitaufwand. Wir bei der vfm-Gruppe sehen im Ausbau der Aktivitäten im Gewerbegebiet noch erhebliches Potenzial für solche Ver-

mittler. Gerade Gewerbekunden stehen nicht im Fokus der sogenannten Großmakler, können aber auch oftmals vom Ausschließlichkeitsvermittler nicht bedarfsgerecht bedient werden. Diese Kundengruppe gilt es zu erschließen.

Nur ist der Einstieg in den Bereich nicht so leicht und nicht jeder Makler hat die nötige Fachkompetenz oder gar Erfahrung. Wo finden Makler entsprechende Unterstützung?

RH Am Markt bieten Pools und Makler-Verbünde vielfältige Dienstleistungen an. Angefangen bei der Beratung und Unterstützung zum Marktauftritt und bei rechtlichen

Fragen über fertige Konzepte, fachlicher Unterstützung, bis hin zu Ausschreibungen von Einzelrisiken und Begleitung bei der Akquise als auch bei der Schadenabwicklung. In der Tat erwarten Gewerbekunden im B2B-Geschäft eine deutlich höhere Professionalität – sozusagen einen Vermittler auf Augenhöhe.



Rüdiger Höse

„Im B2B-Geschäft erwarten Gewerbekunden eine deutlich höhere Professionalität – sozusagen einen Vermittler auf Augenhöhe.“

Rüdiger Höse

WP Ein weiteres Mittel zum Erfolg im Gewerbege-
schäft kann die Konzentration und Spezialisie-
rung auf Zielgruppen sein. Durch Standardisie-
rung von Geschäftsprozessen und den daraus re-
sultierenden zeitlichen Vorteilen verfügt der Ver-
mittler über die notwendigen Zeitrressourcen für
weitere akquisitorische Aktivitäten. Die geschick-
te Nutzung von Cross-Selling-Möglichkeiten
können auch neue, bisher brachliegende, Betäti-
gungsfelder eröffnen. Erfolgreiche Vermittler, et-

wa aus dem
Bereich der
betrieblichen
Altersversor-
gung, verfü-
gen in der Re-
gel auch über
gefestigte und

„Ein weiteres Mittel zum Erfolg im
Gewerbege-
schäft kann die Konzentration
und Spezialisierung auf Zielgruppen sein.“

Walter Pajung

nachhaltige Kundenverbindungen. Nicht selten
haben sich diese Kollegen ausschließlich auf die-
sen Geschäftszweig konzentriert und die lukrati-
ven Kompositsparten einem anderen Marktteil-
nehmer überlassen. Hier kann auf einfache Art
und Weise die bereits bestehende Vertrauensba-
sis zum Kunden genutzt werden.

Andererseits ist es im Vergleich zu Privatkunden
kosten- und zeitintensiver, Gewerbekunden zu ge-
winnen. Zudem müssten diese bestands- und
haftungssicher betreut werden. Das bringt weite-
ren Aufwand mit sich ...

RH Das mag auf den ersten Blick tatsächlich so er-
scheinen. Es müssen bei Gewerbekunden selbst-

verständlich regelmäßig Jahres-
gespräche geführt und auch ent-
sprechend dokumentiert wer-
den. Dem Einsatz von techni-
schen Hilfsmitteln bei der Be-
standsführung inklusive inter-
ner und externer Kommunikati-
on kommt hier aber eine beson-
dere Bedeutung zu. Im Optimal-
fall verfügt der Vermittler über
eine bedienerfreundliche Soft-
ware zur Bestandsführung, aus
der heraus der Vermittler und
seine Mitarbeiter sämtliche Ge-

schäftsvorfälle und -prozesse an-
stoßen, archivieren und nach-
halten kann. Ebenso ist die Be-
gleitung bei komplexen Scha-
denfällen Teil der erwarteten
Dienstleistung. Clevere Vermitt-
ler nutzen die Kundenzufrieden-
heit nach einem sauber abgewick-
elten Schaden zur Gewinnung
neuer Kunden. Hier sei das
Stichwort Empfehlungsmarke-
ting genannt.

WP Die Investition an Zeit und
Energie zahlt sich ja zudem nicht
nur in der Courtage aus. Wir sind
davon überzeugt, dass auf lange
Sicht der Wert eines Kundenbe-
stands mit einem entsprechenden
Anteil an Gewerbekunden deut-
lich höher festzusetzen ist. Ein ge-
sunder Anteil an Gewerbekun-
den wirkt sich somit auch günstig
im Falle eines Verkaufes des Ver-
mittlerunternehmens aus. ■



Walter Pajung