

Makler als lokale Marke positionieren

Seit über 20 Jahren unterstützt der Maklerverbund vfm ratsuchende Ausschließlichkeitsvermittler beim Wechsel in den Maklerstatus und bietet Verbundpartnern überdies umfassenden Maklerservice in einem hart umkämpften Markt an. Versicherungsmagazin sprach über aktuelle Marktgeschehnisse mit vfm-Geschäftsführer Stefan Liebig, der gemeinsam mit seinem Bruder Klaus und Robert Schmidt das operative Geschäft verantwortet.

Herr Liebig, die Vermittlerzahlen nehmen rapide ab, die Maklerzahlen bleiben dagegen stabil: Inwieweit sehen Sie dennoch die Gefahr, dass auch im Maklermarkt die Konsolidierung zeitversetzt einsetzt?

Meines Erachtens ist eine gewisse Form der Konsolidierung bereits im Maklermarkt angekommen. Dies nicht ohne Grund, sind die branchenbedingten Anforderungen rund um Niedrigzins, Regulierung und Digitalisierung für unabhängige Makler nicht minder prekär als für gebundene Vertreter. Folglich fusionieren bereits heute etliche Makler und suchen allein aus Effizienzgründen Unterstützung eines Dienstleisters. Zudem wird die Konsolidierung mutmaßlich noch deutlich an Fahrt aufnehmen.

Wie kommen Sie zu dieser Einschätzung?

Dies ist eng mit dem Thema Regulierung verbunden. Zweifelsohne sind neue Verordnungen und Richtlinien begrüßenswert, wenn sie zu Produkt- und Qualitätsverbesserungen sowie Transparenz führen. Auf der anderen Seite wirken Bestimmungen durchaus destruktiv für Makler. Nehmen Sie etwa die Lebensversicherung: Wenn dort in absehbarer Zeit die Abschlussprovision sinnvollerweise durch laufende Vergütungen abgelöst wird, ist dies zunächst von Nachteil für einen Makler. So muss dieser erst einmal einen vernünftigen Bestand mit laufenden

Provisionsansprüchen aufbauen, um die entstandene wirtschaftliche Lücke zu füllen. Dies geht mit einem immensen Zeitaufwand, Kosten und der Suche nach Prozessoptimierung einher. Die Kunst wird in den nächsten Jahren darin bestehen, ein gutes Maß zwischen Investition und Kapitalrücklage zu finden. Folglich wird an dieser Stelle die Zusammenarbeit mit Maklerservice-Dienstleistern intensiviert werden, um entsprechende Stabilität und Zukunftsfähigkeit zu erlangen.

Dennoch nimmt die Wechselbereitschaft unter AO-Vermittlern in Richtung Maklerstatus augenblicklich zu. Warum?

Zusätzlich zu den bereits beschriebenen Herausforderungen sind einige gebundene Vermittler etwas verunsichert, was ihre eigene berufliche Perspektive angeht. Dies basiert auf den augenblicklich unterschiedlichsten strategischen Vertriebsentscheidungen einzelner Versicherer. Zudem suchen zunehmend ältere Agenturinhaber Rat, bei denen die Überlegungen um die Nachfolgeplanung bereits am Laufen sind. Dies vor dem Hintergrund, dass einzelne Versicherer im Nachfolgefall häufig andere Wege verfolgen als der bisherige Agenturinhaber.

Welche zentralen Sorgen haben gebundene Vermittler im Zusammenhang mit einem Wechsel?

Verständlicherweise ist die Kernfrage vieler Vermittler, wie lange es ohne Agenturzuschüsse braucht, ein rentables Maklerunternehmen aufzubauen. Oder im Falle der anvisierten Unternehmensübergabe: welche Schritte nach dem Wechsel aus der Ausschließlichkeit notwendig sind, damit ein Nachfolger den Maklerbetrieb fortsetzen kann. Der Arbeitsanfall und die damit notwendigen Personalressourcen stehen zudem im Spannungsfeld zur finanziellen Situation. Weiter steht die Frage nach dem mühevoll aufgebauten Bestand respektive die Sorge vor möglichem Ärger mit dem ehemaligen Versicherer im Raum. Außerdem denken viele Vermittler, dass sie bei Eigenkündigung ihren Versorgungswerk-Anspruch verlieren, was jedoch nicht stimmt. Wichtig ist, dass es zu allen Fragen Lösungen gibt, die es individuell zu besprechen gilt.

An welchen Punkten bieten Sie hier Hilfestellung?

Als Full-Service-Dienstleister ermöglichen wir neben unternehmerischer Begleitung in der Startphase darüber hinaus die Inanspruchnahme sämtlicher Hilfen zu strategischen wie operativen Fragestellungen – zum Beispiel durch unseren juristischen, versicherungsfachlichen wie unternehmensberatenden Support. Anders gesagt: Wir liefern digitale und analoge Lösungen, aber wir beraten unsere

Stefan Liebig

ist vfm-Geschäftsführer und verantwortet die Bereiche Vertrieb, Marketing/PR und Partnermanagement. Die vfm-Gruppe besteht aus der vfm Konzept GmbH, vfm Versicherungs- & Finanzmanagement GmbH, Adminova GmbH, vfm Service GmbH und vfm Versicherung + Finanz Makler GmbH.



Foto: © vfm

neuen Kollegen persönlich und vor Ort. Von Mensch zu Mensch!

Kaum ein Privat- oder Firmenkunde kennt den Unterschied zwischen Makler und Vertreter: Ist Maklersein ein realer Mehrwert für einen Berater innerhalb der Kundenberatung?

Natürlich ist es in der Beratung und im Umgang mit dem Verbraucher ein enormer Vorteil, wenn man als Makler und Problemlöser im Allfinanzbereich nicht an eine Versicherungs- oder Vertriebsvorgabe gebunden ist, sondern ganz und gar auf der Seite des Kunden steht. Ein Nutzen, der in der Bevölkerung leider noch nicht durchgängig verwurzelt ist. Um dem entgegenzuwirken, entwickeln wir aktuell gemeinsam mit unserem vfm-Beirat und einer Universität ein Marketing-Konzept, das einerseits den Mehrwert eines Maklers

ler Munde. Wie sehen Sie diese Entwicklung? Nehmen Roboter künftig die Stelle des menschlichen Maklers ein?

Richtig ist, dass Digitalisierung inzwischen ein wichtiger Teil des Maklergeschäfts geworden ist. Hier sehen wir die Rolle der Technik aber eher als Unterstützung und nicht als Ersatz an. So haben wir derzeit 15 Mitarbeiter im hauseigenen IT-Team und planen an dieser Stelle noch weitere Verstärkung, um digitale Unterstützung – wie etwa unsere Maklerverwaltungslösung Keasy – ganz und gar im Sinne unserer Partner und in engem Austausch mit unseren Maklerkollegen fortzusetzen. Keinesfalls sollten Makler jedoch in einen digitalen Wahn verfallen: Unserer Meinung nach werden Robot-Advisor, Fin- oder Insurtechs die persönliche Beratung nicht ersetzen können. Der Kunde wird speziell bei erklärungsbedürftigen

verändernden Verbraucherverhalten Lösungen erarbeiten. Hier profitieren wir von der Schnittmenge als Softwarehaus und der Erfahrung aus den Vermittlerbetrieben.

Abschließend gefragt: Wie ist es in diesem Zusammenhang um die Stabilität Ihres Unternehmens bestellt?

Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung unseres Verbundes. Erst kürzlich zeichnete uns Assekurata in Bezug auf Maklerzufriedenheit und Solidität zum sechsten Mal in Folge mit dem Qualitätssiegel „exzellent“ aus. Überdies lief das vergangene Geschäftsjahr sehr gut. Nicht nur, dass wir neue Partner gewonnen haben, wir erzielten zusätzlich ein deutliches Wachstum im Kranken- und Kompositgeschäft. Im Lebensversicherungsbereich konnten wir das Vorjahresniveau halten, was im Branchenvergleich sehr beachtlich ist. Zudem haben wir den sukzessiven Ausbau unserer digitalen Vertriebsunterstützung Keasy erfolgreich fortgesetzt. Als betriebswirtschaftlich gesunde Unternehmensgruppe werden wir weiter auf die Wünsche der unabhängigen Vermittlerbetriebe eingehen und ihnen passende Lösungen bereitstellen. ■

„Wir liefern digitale und analoge Lösungen, beraten aber persönlich und vor Ort.“

zum Verbraucher on- wie offline transportieren und weiter vfm-Makler noch stärker als lokale Marke positionieren soll. Die gleichgerichteten Interessen einer Verbundgemeinschaft und der einheitliche Marktauftritt unter vfm-Flagge schaffen hier deutliche Synergieeffekte.

Die Schlagworte Digitalisierung, Fintech oder Insurtech sind derzeit in al-

Produkten auf Know-how der persönlichen Beratung zurückgreifen. Auch bleiben Aspekte wie „Vertrauen“, „Feingefühl“ oder „Menschlichkeit“ auf Dauer Beratungsvorteile eines Maklers. Trotzdem gilt es für Standardgeschäft wie Privathaftpflicht oder Hausratversicherung, mittelfristig schlanke Lösungen zu finden. Wir sind hier auf einem sehr guten Weg und werden im Gleichschritt mit dem sich

Das Interview führte Marc Oehme.