

Die Versicherungsmakler als Unternehmer

Herausforderungen im Versicherungsvertrieb

SEWICO[•]



Vorweg...

Wenn der Wind der Veränderung weht,
bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen!

Veränderung durch:

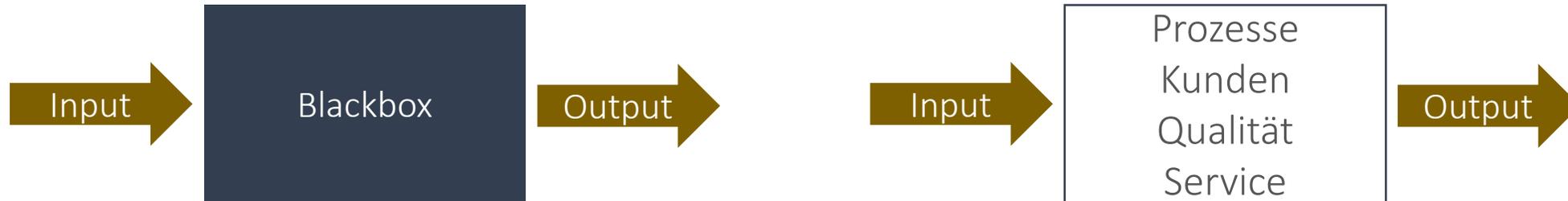
- Rechtlichen Rahmen, wie IDD, DSGVO,...
- Veränderte Kundenerwartungen
- Digitalisierung
- Verdrängungswettbewerb am Markt
- Neue Vertriebskanäle
- ... und was passiert, wenn mir etwas passiert?

- Die Versicherungsbranche steht vor einem Umbruch/ist mitten in einem Umbruch.
- Nicht das Produkt selbst – das ist genial - sondern vielmehr die Veränderungen in der Gesellschaft (Markt und rechtl. Rahmen), der Kundenerwartungen und die Digitalisierung wirken sich auf die Dienstleistung aus.

Konsequenz

- Die Erlöse reduzieren sich! Bleibt der Privatkunde produktiv?
- Aufwände und notwendige Investitionen, um diese zu sichern, steigen.
- Klein- und Kleinstunternehmen stoßen an ihre Grenzen – aus für Einzelkämpfer = EPU, so keine passenden Veränderungen passieren!
- ...aber auch die Großen, wenn diese nicht ihre Aufgaben erledigen!
- Die Herausforderungen werden komplexer! Verkaufen alleine reicht für den Erfolg nicht mehr aus, ist und bleibt aber wichtig.
- Die Situation hat sich bereits verändert, die Auswirkungen kommen!
- Der Mensch gewinnt an Wichtigkeit, besonders in der Versicherungsvermittlung.
- Unternehmertum als neue Herausforderung. Das Managen notwendiger und wichtiger Veränderungen als entscheidender Erfolgsfaktor!

Blackbox, die wichtigsten Leistungstreiber



In der Komplexität der anstehenden Themen gilt es, die „richtigen“ herauszufinden!



- Der Begriff der Leistungstreiber!
- Erkennen der wichtigsten Wirkungszusammenhänge
- Fokus auf wenige, aber wirkungsvolle Themen!
- Das Notwendige erfüllen, das Sinnvolle steigern!

Wesentliche Themen



Effizienz und Effektivität

- Die richtigen Dinge richtig tun....
- Effektivität bedeutet, die Dinge zu tun, die uns näher an unsere Ziele heranbringen.
- Effizient zu sein bedeutet hingegen, eine gegebene Aufgabe (wichtig oder nicht) so ökonomisch wie möglich zu bewältigen.
- Spürbare Steigerung der Produktivität
- In unserer Gesellschaft ist es leider normal, effizient zu sein, ohne nach der Effektivität zu fragen!

Das Potenzial in der eigenen Organisation



- Die größten Potenziale der eigenen Organisation sind vordergründig nicht sichtbar
- Es geht nicht nur um die Büroorganisation, sondern vielmehr um alle erfolgsrelevanten Aktivitäten in der eigenen Organisation
- Die Alltagsroutine ist der größte Feind von Veränderung
- Das Potenzial ist bei 25% nachhaltiger Gewinnsteigerung zu sehen
- Die besten Makler investieren in Personal und Prozesse

Unique Selling Proposition



Das Zauberwort lautet „Alleinstellungsmerkmale“ - USP

Um auf dem Markt auf sich aufmerksam zu machen, braucht es ein authentisches Erscheinungsbild, das sich über den gesamten Auftritt des Unternehmens erstreckt!

Zeigen Sie dem Kunden Gründe auf, warum er sich für Ihre Firma entscheiden soll

- Warum sollte ein Kunde sich für Ihr Unternehmen entscheiden, wenn er die Leistung auch von anderen Unternehmen bekommen kann?
- Die Entscheidung des Kunden wird in diesem Fall entweder durch den Preis oder eines Ihrer Alleinstellungsmerkmale beeinflusst.

Kunde und Kundenwert



Kundenwert

- Alle Kunden sind gleich, manche gleicher!
- Segmentierung nach reinen Provisionseinnahmen, aber nicht nur!
- Was ist mir der Kunde wert?
- Die Verteilung der Kunden:

Kunden		%	Prämie	%
TOP	120	7,0%	1690530	51,1%
VIP	466	27,3%	1106786	33,4%
Potenzial	746	43,8%	475541	14,4%
Ballast	373	21,9%	38392	1,2%

Das Alter der Kunde

- Die Kunden altern jährlich um 1 Jahr!
- Ist die Altersstruktur noch gesund?
- Junge Kunden sind für die Zukunft sehr wichtig, jedoch nicht so loyal!

Altersstruktur der Kunden

Alter	- 30	-40	-50	-60	>60
	%	%	%	%	%
Branche	14%	16%	23%	19%	28%
20%Best	19%	19%	24%	17%	21%
Prämie					
Durchschnitt	603	1.088	1.897	1.762	1.006

Herausforderung EPU

...von allem ein bisschen, ...

- Alles lastet auf einer Person. Ein Ausfall ist verboten!
- Begrenzttes Wachstum – meine Arbeitszeit ist mein Potenzial, jedoch steigen nicht zuletzt durch IDD die administrativen Tätigkeiten!
- Bei notwendigen Investitionen stoßen die EPU's oft rasch an ihre Grenzen
- Die Erreichbarkeit für die eigenen Kunden ist stark eingeschränkt, eine Vertretung in den meisten Fällen nicht gegeben.
- Als Einzelkämpfer ist man oft von den neuen, sich stellenden Herausforderungen überfordert. Durch die ständig notwendige Erreichbarkeit steht man unter Druck!
- Die immer mehr notwendige Administrations- und Bürotätigkeit geht oft zu Lasten der kostbaren und produktiven Verkaufszeit.
- Es ist zu erwarten, dass der Verdrängungswettbewerb besonders stark auf die Gruppe der EPU's wirkt! Sie ist jedenfalls am leichtesten angreifbar!



Was an Potenzial liegen bleibt!

Modelle zur Steigerung der Produktivität:

- Geringfügig Beschäftigte bringen bereits pro Tag eine Zeitersparnis von 2 Stunden für den Versicherungsmakler.
- Ein Versicherungsmakler produziert im Jahr (40 Arbeitsstunden/Woche) im Schnitt pro Stunde zwischen
 - alle Makler Ö im Schnitt 75 €
 - produktive Makler 120 € und mehr
- Eine Mitarbeiterin im Büro kostet pro Stunde
 - Geringfügig 15 €
 - Teil- oder vollzeitbeschäftigt 20 € – 25 €
- Kooperation oder Bürogemeinschaft – Teilen der Aufwendungen, nutzen der Vorteile!
- Ich bin mit dem zufrieden, was ich habe! Es wird aber nicht einfacher

EPU's – Steigerungspotenzial!

Nutzung der Zeiteinsparungen bereits im Bereich der geringfügigen Beschäftigung:

- + 25% Steigerung der Verkaufsleistung! Dies führt im Bereich der Erlöse zu Steigerungen bis zu 40%
 - Das Kostenrisiko ist gering und durch entsprechende Umsatzsteigerung mehr als abgedeckt. Natürlich gilt es, die entsprechende Entwicklung im Auge zu behalten (einfaches Controlling)
- + durch verbesserte Erreichbarkeit steigt die Kundenzufriedenheit und damit Image, Empfehlungen, Loyalität
- + Austausch und verbessertes Arbeitsklima steigern Zufriedenheit und Motivation (der Erfolgsfaktor im Bereich Verkauf mit 37% Steigerung der Produktivität) – es gilt, sich auf die eigenen Stärken zu fokussieren!

Spezialthema Nachfolge



	Anzahl	über 50
Makler	4.200	60%
Agenturen	8.900	50%
Verkäufer	12.500	40%

In den nächsten Jahren werden bis zu 20% der Verkäufer in Pension gehen, dies entspricht jedoch etwa 35% des Bestandes!

 Die Struktur der Verkäuferlandschaft

50% bereits über 50 Jahre und langjährig tätig

15 % Mittelbau

35% sind noch weniger als 3 Jahre im Unternehmen

Nachfolge

- Gut Ding braucht Weile! Dies trifft besonders auf nachhaltige Nachfolgen zu. Beginnen Sie rechtzeitig!
- Viele Wege führen nach Rom! Es gilt, den passenden zu finden!
- Durch die Reduktion des Kaufpreises (IDD, Digitalisierung und notwendige Investitionen, Verdrängungswettbewerb, usw.) in den letzten Jahren werden Bestände attraktiver, brauchen aber gute Integration. Der Kaufpreis steigt und ist zunehmend von der Qualität des Unternehmens und des Bestandes abhängig.
- Aktive, begleitende Übertragung als wichtiger Preisfaktor!
- Nutzen Sie in wichtigen Fragen die Experten! Sonst kann es teuer kommen!

Wo stehe ich mit meinem Unternehmen?

- Ein erster Schritt mit Hilfe des Folders
- Eine kritische Rückmeldung von Freunden!
- Ein professioneller Vergleich mit bestehenden Benchmarks der Branche

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

SEWICO●