



Treue Kunden sind überlebensnotwendig

Interview mit
Christoph Mennel,
selbstständiger
Unternehmensberater

AssCompact: Herr Mennel, Sie haben sich als Unternehmensberater auf die Belange der Versicherungsberater spezialisiert. Können Sie uns bitte Ihre Dienstleistungen konkret vorstellen?

Christoph Mennel: Aufgrund meiner 20-jährigen Branchenerfahrung wollte ich meine speziellen Kenntnisse aufgrund unseres Vollkundenprinzips mit jährlicher Betreuungspauschale an die Maklerkollegen weitergeben. So liegen die Schwerpunkte in der Ausarbeitung von Kundenberatungskonzepten, die auf die Gewinnung von rentablen Vollkunden abzielen, sowie in einer aktiven Kundenbetreuung nach Vertragsabschluss – unabhängig davon, ob ein jährliches Honorar für die aktiven Betreuungsleistungen verlangt wird oder nicht. Aktive Betreuung erfordert eine sehr gute und effiziente Organisation. Auch in diesem Bereich erarbeite ich gemeinsam mit den Maklern genau auf sie abgestimmte Lösungen.

AC Welchen Stellenwert hat Ihrer Meinung nach Kundenbindung für Versicherungsmakler?

CM In einem so hart umkämpften Markt sind treue Kunden überlebensnotwendig. Der Stellenwert der Kundenbindung wird vermutlich in der Zukunft eine noch entscheidendere Rolle spielen, wenn zum Beispiel die Offenlegung der Provisionen tatsächlich kommen sollte. Wer heute schon die Beziehung zu seinem Kunden stärkt, wird auch solche Herausforderungen erfolgreich meistern. Wichtig ist jedoch auch hier aktiv zu werden und neben dem immer dringenden Tagesgeschäft aktiv Aktionen zu setzen!

AC Information ist eines der wichtigsten Instrumente des Versicherungsmaklers. Welche Möglichkeiten hat ein Makler, seine Kunden zu erreichen?

CM Die wirkungsvollste Methode ist immer noch das persönliche Gespräch. Doch das Tagesgeschäft und die Vielzahl der Kunden erlauben es leider meist nicht, dass jeder Kunde einmal im Jahr einen persönlichen Kontakt erhält. So sollte zum Beispiel ein jährlicher Informationsbrief – vielleicht mit einem Selbstcheck für den

Kunden – ein Standard sein. Etwas aufwendiger, aber dafür auch umso wirkungsvoller, ist eine eigene Kundenzeitung. Mit ihr kann die Kundenbeziehung sehr emotional gestaltet werden.

AC Viele Österreicher kennen noch immer nicht den Unterschied zwischen Versicherungsvertreter und unabhängigem Versicherungsmakler. Sehen Sie darin ein Problem, und wenn ja, wie kann man dem entgegensteuern?

CM Wenn Sie die Endkundenbefragung der Wirtschaftskammer über das Image der Versicherungsmakler im Vergleich zu anderen Versicherungsberatern aufmerksam gelesen haben, dann kennen vor allem Privatkunden nicht nur die Vorteile einer Betreuung durch einen Versicherungsmakler nicht, sondern sie bewerten den gebundenen Berater, Banken und Vermögensberater durchwegs besser! Die Mehrzahl der Versicherungsmakler arbeiten gerade in dieser Zielgruppe. Ein solches Image erschwert für alle eine erfolgreiche Arbeit. Hier bedarf es noch viel Öffentlichkeitsarbeit durch die Standesvertretung, aber auch durch jeden einzelnen Versicherungsmakler!

AC Wie sehen Sie die Stellung der Versicherungsmakler am heimischen Markt?

CM Der Versicherungsmakler bietet seinen Kunden durch seine Ausbildung und seine Unabhängigkeit wertvolle Vorteile, die andere Berater nicht aufweisen. Somit ist er ein wertvoller Partner für die Kunden, aber auch für die Versicherungsanstalten. Wenn es noch besser gelingt, die Erwartungen der Kunden zu erfüllen, wird die Bedeutung in den kommenden Jahren noch deutlich ansteigen.

AC Der Auftritt nach außen ist die Visitenkarte eines Unternehmens. Welche Maßnahmen halten Sie für einen professionellen Auftritt einer Firma unumgänglich?

CM Um langfristig von seinen Kunden als professionell arbeitendes Unternehmen wahrgenommen zu werden, sollte jedes Büro einen individuellen Unternehmensauftritt haben. Professionalität vermittelt auf jeden Fall eine regelmäßig erscheinende Kundenzeitschrift. Zum einen ist der Versicherungsmakler „immer bei seinen Kunden“ und zum anderen kann er mit den Informationen gezielt den Bedarf bei den Kunden wecken. Durch geplante Aktionen können mit diesem Instrument also auch wertvolle Zusatzabschlüsse getätigt werden und die Kundenbeziehung wird zudem gestärkt.

AC Wir danken Ihnen für das Interview! ■