



Waghubinger Brokerservice: Bewusstsein schaffen mit der eigenen Kundenzeitung

Von **Olaf Giessau**, Vertriebsleiter Waghubinger Brokerservice

Wie wichtig Information und Bewusstseinsbildung sind, erklärt sich am besten anhand eines Beispiels:

Erst kürzlich habe ich mit einem Versicherungsmakler gesprochen, für den es völlig unverständlich war, warum einer seiner Kunden eine Fondsgebundene Pensionsvorsorge bei seiner Bank und nicht bei ihm abgeschlossen hatte. Der Kunde erzählte dies ganz offen im Zuge eines Gesprächs. Darauf hingewiesen, dass auch sein Versicherungsmakler diese Produkte anbietet, zeigte sich der Kunde sehr verwundert. Er versicherte dem Makler, dass er das nicht gewusst hätte. Er wäre ansonsten zu ihm gekommen.

Für den Kunden stellen Fondsprodukte typische Bankprodukte dar, weil dies durch immer währende Meinungsbildung der Banken in den Köpfen der Kunden verankert ist. So zielsicher sich der Kunde bei typischen Versicherungsangelegenheiten an seinen Makler wendet, so zielsicher tritt er in Veranlagungsfragen an seine Bank heran.

Auf die Frage hin, wie der Versicherungsmakler seine Kunden über die von ihm angebotenen Produkte informiere, gab er zur Antwort, dass er zweimal jährlich ein Informationsschreiben in Form eines Briefes an seine Kunden aussenden würde.

Das oben angeführte Beispiel ist typisch dafür, dass das Leistungsspektrum des Versicherungsmaklers immer noch viel zu wenig bekannt und bewusst ist. Bewusstseinsbildung ist das einzige, das Abhilfe schaffen kann. Eine Voraussetzung dafür ist entsprechende Information.

Der angesprochene Makler hat auch selbst einen möglichen Lösungsansatz dargestellt. Nur ist ein einseitiger Brief, alle sechs Monate an den Kunden verschickt, bei dem man auf nur ein angebotenes Produkt eingeht, zu wenig, um über einen so umfangreichen Leistungsumfang wie den eines Versicherungsmaklers zu informieren. Zudem sollte es sich tatsächlich um Information und nicht um Werbung handeln und die Information muss so aufbereitet sein, dass sie für den Kunden interessant, nachvollziehbar und verständlich ist.

Wie kann man Bewusstsein bilden?

Meinungsbildung kann nur mit professioneller und regelmäßiger Öffentlichkeitsarbeit erfolgen. Möglichkeit dazu bietet sich mit einer eigenen Kundenzeitung, durch fachmännische Artikel in regionalen Medien und auch durch Kundenveranstaltungen.

Kundenzeitungen sind ein effektives Marketinginstrument!

Dass eine eigene Kundenzeitung meinungsbildend wirkt und von den Kunden als wichtiger Informationsträger angesehen wird, belegen zahlreiche Umfragen. So ergab eine Studie des britischen Corporate Publishing-Verbandes „Association of Publishing Agencies“, die die Wirkung von Kundenmagazinen untersucht, Folgendes:

- für 58% der Leser haben die redaktionellen Inhalte große Relevanz
- 57% der Befragten liest mindestens die Hälfte aller Artikel
- rund 66% behalten das Magazin eine Woche oder länger auf und
- 44% reagierten aktiv auf ein Kundenmagazin ■