



Eigene Kundenzeitung ist zielführendste Variante der Kundeninformation

Interview mit **Ing. Franz Hofer**, Geschäftsführer der Verskonzept Versicherungsmakler GmbH

AssCompact: *Herr Ing. Hofer, die einzelnen Makler der Verskonzept-Gruppe schicken ihren Kunden seit kurzem geschlossen den Versicherungskurier. Was hat Sie als Geschäftsführer dazu bewegt, diesen Schritt zu gehen und wo sehen Sie die Vorteile für die Verskonzept-Gruppe?*

Ing. Franz Hofer: Wir unterscheiden uns vielleicht von anderen Maklerverbindungen dadurch, dass wir kaum Einschränkungen in der Handlungsfreiheit unserer Kooperationspartner machen. Dadurch ist ziemlich viel Überzeugungsarbeit notwendig gewesen, um zu einer gemeinsamen Linie zu gelangen.

Wir haben mehrere Varianten der Kundeninformation überlegt bzw. haben einzelne Kooperationspartner schon eigene Instrumente der Kundeninformation und des Marketings ausprobiert. Schlussendlich hat sich der Versicherungskurier als zielführendste Variante durchgesetzt.

AC *Was war der Grund, die Erstellung einer professionellen Kundenzeitung auszulagern und diese nicht selbst zu produzieren?*

FH Für uns stand nie zur Diskussion, die Kundenzeitung selbst zu produzieren. Einerseits ist die Qualität des Versicherungskuriers kaum zu erreichen, andererseits sind der Aufwand und die damit verbundenen Kosten nicht bewältigbar. Bei uns hat sich überhaupt die Überzeugung durchgesetzt, dass verschiedene Abläufe ausgelagert werden, wie z. B. die Buchhaltung, Vergleichsprogramm, etc. Dadurch haben wir eine ausgesprochen schlanke Kostenstruktur, was wiederum zu einem einzigartig günstigen Provisionsteiler für unsere Kooperationspartner führt.

AC *Welche Wichtigkeit hat eine eigene Kundenzeitung im Marketing-Mix eines Versicherungsmaklers – Wo liegt der unmittelbare Nutzen?*

FH Der große Vorteil liegt im Mix einer professionellen Aufmachung mit der Möglichkeit, aktuelle Informationen, die nur die Verskonzept GmbH betreffen, an den Kunden zu liefern. Wir können dadurch dem Kunden unsere Servicequalität vermitteln. Nicht zuletzt können wir die uns auferlegten Informationspflichten über die Kundenzeitung zumindest zum Teil erfüllen.

AC *Was erwarten Sie sich hauptsächlich von der Versendung einer individuell gestaltbaren Kundenzeitung? Kundenbindung, Informationstransfer, gute Betreuung, Neukundenakquise – was hat für Sie den meisten Wert?*

FH Durch die große Anzahl der Kunden ist es fast unmöglich, zumindest einen jährlichen Kundentermin wahrzunehmen. Mit gewissen Kunden hat man natürlich öfter Kontakt, aber genau dadurch kann es zu einer „Vernachlässigung“ anderer Kunden kommen – nur weil diese keinen Schaden, Fahrzeugwechsel, etc. haben. Und genau hier ist die Kundenzeitung sehr geeignet, um sich beim Kunden evident zu halten. Wir zielen vor allem auf die Kundenbindung und den Informationstransfer ab, nicht sosehr auf die Neukundenakquise, da wir Neukunden durchwegs aus Empfehlungen rekrutieren.

AC *Welches Feedback haben Sie bisher von Ihren Kunden zur Versendung des Versicherungskuriers erhalten?*

FH Durchwegs positive Rückmeldungen. Im Gespräch stellt sich immer wieder heraus, dass die Kunden sich mit dem Inhalt der Kundenzeitung auseinandersetzen. Es gibt Kunden, und darüber freue ich mich immer wieder besonders, die die Kundenzeitungen im Versicherungsordner abheften und sammeln.

AC *Wir danken Ihnen für das Interview!* ■