

VersicherungsJournal.at

Kommentar aus Vertrieb & Marketing vom 26.8.2013

„Moderne Kunden brauchen Berater, keine Verkäufer“

Die Anforderungen haben sich geändert. Wer den schnellen Verkaufserfolg sucht, wird nicht glücklich werden. Auf den „Finanzmanager“ wartet in Zukunft eine größere Herausforderung als je zuvor – ein Kommentar von VPI-Geschäftsführer Hermann Stöckl über falsche Berufsvorstellungen, alleingelassene – und misstrauische – Kunden, die Vorsorge-Beratung als Long-term-Partnerschaft, was einen guten Berater ausmacht und wie sich das Nachwuchsproblem von selber lösen kann.



Hermann Stöckl
(Foto: VPI)

Seit geraumer Zeit wird sowohl bei den Versicherungsmaklern als auch bei den Vermögensberatern darüber diskutiert, dass die Branche unter einem akuten Nachwuchsproblem leidet. Auch wir von der VPI sind davon betroffen.

Es fällt auch uns nicht leicht, gut ausgebildete, engagierte junge Menschen zu finden, die sich für den Beruf des Versicherungsmaklers oder Vermögensberaters begeistern können. Quereinsteiger sind heutzutage ohnedies selten geworden. Doch woran liegt das?

Falsche Vorstellungen vom Beruf

Nach mehreren dutzend Vorstellungsgesprächen in den vergangenen zwei Jahren ist die Antwort für mich ganz eindeutig: Die Bewerber haben eine völlig falsche Vorstellung von diesem Beruf. Es gibt kein klares Berufsbild und auch keinen klassischen Karriereverlauf wie dies in anderen Berufen der Fall ist.

Auch ist die Bezeichnung „Versicherungsmakler“ für jene Kollegen, die sich auf eine umfassende Vorsorgeberatung ihrer Kunden spezialisieren wollen oder spezialisiert haben, nicht mehr zeitgemäß.

Außerdem haben sich die Anforderungen sowohl, was die fachliche Qualifikation als auch die organisatorischen Voraussetzungen betrifft, gravierend verändert bzw. aufgrund gesetzlicher Vorgaben deutlich verschärft.

Produktinformationen binnen weniger Minuten

Internet, iPad, Smartphone & Co machen den Zugang zu Produktinformation für mündige Kunden einfacher als je zuvor. Jeder, der sich dafür interessiert, kann binnen weniger Minuten Vertragsbedingungen zu Kfz-Versicherungen, BU-Online-Vergleichsrechner, Charts, Rankings und ähnliches mehr aus diversen Portalen herunterladen und sich einen ersten Überblick über das vielfältige Angebot verschaffen.

Schnellentschlossene können ihre Kfz-Versicherung bereits heute übers Internet abschließen – schnell, kostengünstig und ohne großen Aufwand. An diese Kunden kommt ein Berater in Zukunft nur mehr schwer bis gar nicht heran. Außer er bietet dem Kunden einen deutlichen Mehrwert, den dieser auch als solchen erkennen kann.

Vorsorge-Bereich: zentrale Rolle des Beraters

Ganz anders stellt sich die Situation im Vorsorge-Bereich dar. Hier kommt dem Berater eine zentrale Rolle zu, was von vielen Marktteilnehmern erst viel zu spät erkannt wurde. Anstatt die Bedürfnisse der Kunden zu hinterfragen und intelligente Altersvorsorge-Lösungen zu erarbeiten, wurden Lebensversicherungen über viele Jahre quasi als Beigabe zu einem Kredit „verkauft“.

Eine umfassende Bedarfsanalyse hat dabei in den seltensten Fällen stattgefunden. Die Leidtragenden dieser Situation sind bis heute die Kunden, die mit all ihren individuellen Bedürfnissen und den sich ändernden Rahmenbedingungen allein gelassen wurden.

Fachliche Qualifikation und Sozialkompetenz

Auf den „Finanzmanager“ – dies wäre eine passendere Berufsbezeichnung – wartet daher in Zukunft eine größere Herausforderung als je zuvor: Sensibilisiert durch zahlreiche Negativschlagzeilen sind die Kunden heute zurückhaltend und misstrauisch. Angebote werden sehr kritisch hinterfragt, Kostentransparenz und Vertrauen sind dabei die wesentlichen Themen.

Aber um diese Hürde zu nehmen, braucht es mehr als nur die Fähigkeiten eines guten Verkäufers. Neben einer erstklassigen fachlichen Qualifikation benötigt ein guter Berater auch eine hohe Sozialkompetenz. Er muss Menschen mögen und auf sie zugehen können, ihnen zuhören und an der Lösung ihrer individuellen Probleme interessiert sein.

Vorsorgeberatung als Long-term-Partnerschaft

Vorsorgeberatung ist eine Long-term-Partnerschaft, die auf Nachhaltigkeit basiert und bei der es um höchst sensible Themen und Daten geht. Lebens- und Karriereverläufe sowie Familienkonstellationen sind heute wesentlich flexibler als noch vor ein paar Jahren und müssen entsprechend behutsam behandelt werden.

Erst wenn im persönlichen Gespräch eine Vertrauensbasis aufgebaut wurde, ist eine auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden abgestimmte Lösung möglich. Zwei Termine reichen dafür nicht aus, gefragt ist eine laufende Betreuung über viele Jahre.

All dies bedeutet natürlich auch einen erheblichen Mehraufwand in der Organisation und Dokumentation. Doch wer diese Verantwortung nicht wahrnimmt, wird seine Kunden auf Dauer nicht halten können.

Dienstleister an den Kunden

All jene, die mit dem Beruf des „Finanzmanagers“ auch heute noch den schnellen Verkaufserfolg, die hohe Provision und ein überdurchschnittliches Einkommen assoziieren, werden in diesem Beruf weder selbst glücklich und reich werden noch werden sie zufriedene Kunden zurücklassen.

Gefragt sind junge Menschen mit persönlicher Einsatzbereitschaft, fachlicher Qualifikation und hoher Sozialkompetenz, die sich selbst als Dienstleister an ihren Kunden sehen. Dies gilt aber nicht nur für die nachkommende Generation, sondern auch für die bestehenden Marktteilnehmer.

Gerade in einer Phase, in der die EU darüber nachdenkt, das Provisionsmodell, wie wir es seit Jahrzehnten kennen und leben, ganz oder teilweise abzuschaffen, sollten wir uns im Interesse der gesamten Branche auf die Zeit danach vorbereiten.

Sehen wir uns selbst als „Finanzmanager“ für unsere Kunden und nicht länger als Verkäufer von Finanzprodukten, dann wird sich auch das Nachwuchsproblem früher oder später von selbst lösen.

Hermann Stöckl

Geschäftsführer der VPI Vermögensberatung GmbH (<http://www.vpi.at>)

Das VersicherungsJournal ist urheberrechtlich geschützt. Das bedeutet für Sie als Leserin bzw. Leser: Die Inhalte sind ausschließlich zu Ihrer persönlichen Information bestimmt. Für den kommerziellen Gebrauch müssen Sie bitte unsere ausdrückliche Genehmigung einholen. Unzulässig ist es, Inhalte ohne unsere Zustimmung gewerbsmäßig zu nutzen, zu verändern und zu veröffentlichen.

Kurz-URL: <http://vjournal.at/-12870>