

## Die besten Vermittler

**6.6.2011 – Erfolgreiche Versicherungsvermittler unterscheiden sich von anderen vor allem durch systematische und fokussierte Kundenarbeit, PR, Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals und bewusste Mitarbeiterentwicklung, so Steffen Ritter bei der sechsten Verleihung der Auszeichnung „Unternehmer-Ass“.**

WERBUNG

„Was machen Erfolgreiche anders?“, so lautete die Leitfrage von Steffen Ritter, Inhaber des [Instituts Ritter](#), bei der Preisverleihung „Unternehmer-Ass 2011“ anlässlich des [Versicherungsmagazin](#)-Fachtags in Mainz. Die Preisverleihung erfolgte durch eine Jury, der neben dem Institut Ritter auch das Versicherungsmagazin sowie der [Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V.](#) (BVK) angehören.

### Systematische Kundenarbeit

Ritter identifizierte aus der Beratungserfahrung fünf Eigenschaften, die sich bei den besonders erfolgreichen Makler- und Agenturbetrieben signifikant häufiger feststellen lassen als bei der Masse der Vermittler. Dazu zählte er zunächst die systematische Kundenarbeit.

Darunter seien definierte Betreuungsabstände für alle Kunden, automatische Wiedervorlagen, garantierte Leistungspakete unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten des jeweiligen Kundenwerts ebenso zu verstehen wie klar beschriebene Abläufe für alle typischen Anlässe. Der Umgang mit Kunden muss für alle Mitarbeiter einstudiert werden, damit sie Gewohnheiten entwickeln, die ein Nachdenken für die jeweils richtige Reaktion auf einen Kundenwunsch überflüssig machen.

Als ein Beispiel nannte Ritter die Möglichkeit des regelmäßigen Betreuungsanrufs bei guten Kunden auch ohne konkreten Verkaufsanlass. 39 Prozent dieser Kunden würden auf einen solchen Anruf so reagieren, dass sie selbst einen Hinweis auf einen Beratungsanlass geben.

### Fokussierte Kundenarbeit

Der zweite Erfolgsfaktor ist laut Ritter die fokussierte Kundenarbeit. „Sehr gute Betriebe suchen sich ihre guten Kunden“. Dafür brauchen sie vor allem eine Zielgruppenausrichtung und ein entsprechendes, spezifisches Know-how für die Beratung dieser Zielgruppen.

Auch eine laufende Präsenz in der Zielgruppe und die Entwicklung eines Zusatznutzens sind danach kennzeichnend. Immerhin 29 Prozent der besten Vermittler agieren laut Ritter so, im Vergleich zu nur drei Prozent aller Vermittler.

### Systematische PR-Arbeit

Besonders erfolgreiche Vermittler zeichnen sich zu 74 Prozent auch dadurch aus, dass die eine systematische PR-Arbeit betreiben, also regelmäßig den Kontakt zur Öffentlichkeit suchen. Wer nicht selbst ein Talent dafür hat, sollte sich einen spezialisierten Berater suchen, so Ritters Empfehlung.

Zu den Aktivitäten zählte er regionale Präsenz, beispielsweise im Vereinsleben, wobei er davor warnte, sich in Vereinen zu engagieren, in denen überwiegend unwirtschaftliche Kunden zu gewinnen sind. Auch Redaktionsarbeit in den Medien fördert die Bekanntheit und damit die Entwicklung eines Markenbildes.

### Entwicklung eines USP

„Sie müssen interessant sein“, so Ritters Botschaft zum nächsten Erfolgsfaktor, der Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals (USP). Einfach nur zu sagen, dass man kompetent berate und Service biete, sei in keiner Weise einmalig, sondern im Gegenteil Grunderwartung eines jeden Kunden.

Vielmehr sollten Vermittler versuchen, beispielsweise durch ein herausragendes Zielgruppen-Know-how, durch erfolgreiche regionale Netzwerkbildung, Events oder durch eine besonders professionelle interne Organisation aus der Masse herauszustechen. Das gelinge 61 Prozent der besonders erfolgreichen, aber nur sieben Prozent aller Vermittler.

### Bewusste Mitarbeiterentwicklung

Vermittlerbetriebe brauchen Mitarbeiter, so die abschließende Botschaft, und diese müssen gefördert werden. Unternehmer sollten nicht mit der Einstellung Mitarbeiter beschäftigen, dass die Mitarbeiter froh sein könnten, einen Job zu haben. Vielmehr sollten Unternehmer lernen, dankbar dafür zu sein, dass Mitarbeiter ihnen ihre Lebensarbeitszeit schenken.

Aus einer solchen Haltung heraus und verbunden mit einer Fehlertoleranz könnten Mitarbeiter erfolgreich systematisch aufgebaut werden, damit sie Schritt für Schritt weniger ertragreiche, gleichwohl notwendige Arbeiten im Betrieb dem Inhaber abnehmen.

Die Mitarbeiter seine deswegen keineswegs weniger wichtig, sondern sie schaffen die Basis, dass der Inhaber noch wertvollere Aktivitäten entwickeln kann. Diese Einstellung hat Ritter bei 86 Prozent der besten Vermittler, aber nur bei einem einzigen Prozent aller Vermittler ausgemacht, die er aus seiner Beratungspraxis kennt.

### Erfolgsabos bei den Maklern

Auch die in diesem Jahr ausgezeichneten sechs Vermittlerbetriebe stechen aus der Menge durch Anwendung vieler der genannten Erfolgsfaktoren hervor. Im Bereich Makler gab es zudem eine große Kontinuität, aller drei ausgezeichneten Betriebe standen auch im Vorjahr auf dem Treppchen ([VersicherungsJournal 30.4.2010](#)).

Die [Stepbach Green Life](#) errang erneut den Bronze-Rang mit ihrem Alleinstellungsmerkmal einer ökologischen und sozialverantwortlichen Ausrichtung des Unternehmens, das fünf Mitarbeiter aufweist. Die [Magnu Finanz- und Versicherungsmakler GmbH](#) und die [Dieter Maier Versicherungsmakler GmbH](#) wechselten untereinander Silber- und Gold-Rang.

### Newcomer bei den Siegern der Exklusivorga

Im Bereich der Ausschließlichkeits- oder Exklusivagenturen konnte sich nur die

Provinzial-Geschäftsstelle [Nahgang, Bohnes & Partner OHG](#) erneut mit Gold durchsetzen.

Neu mit Bronze ausgezeichnet wurde die Nürnberger-Geschäftsstelle [Hepago Versicherungs-Vermittlungs GmbH](#). Hier hob Ritter vor allem die sehr professionelle Gestaltung der Büroräume hervor. Es herrsche ein hohes Maß an Standardisierung der Prozesse. Zur Personalentwicklung werde das Prinzip eingesetzt, dass der Außendienst den Innendienst schult und umgekehrt. Auch werde mit Zielvereinbarungen sowie mit einem Leistungsorganigramm gearbeitet.

Ritter stellte weiter fest, dass es bei diesem wie zunehmend auch bei anderen sehr guten Vermittlerbetrieben üblich ist, dass die Mitarbeiter zwei Bildschirmmonitore am Arbeitsplatz haben, um leichter verschiedene Dokumente und Vorgänge im Blick halten zu können.



Unternehmer-Ass Preisträger 2011 (Bild: Birgit Cordt)  
Zum Vergrößern bitte das Bild anklicken.

Ebenfalls gegenüber dem Vorjahr neu und ebenfalls mit Gold ausgezeichnet wurde die Zurich-Filialdirektion [Klaus Günter & Partner](#) in Kitzingen. Neben dem als „Kanzlei“ bezeichneten, hochwertigen Büro hob Ritter auch hier hervor, dass sich der Betrieb durch sehr genaue Arbeitsanweisungen und durch eine besondere Organisation auszeichnet.

So erhalte jeder Außendienstler garantiert fünf Kundentermine pro Tag. Diese werden vom Innendienst vereinbart, vorbereitet und nachbereitet, damit der Außendienst die notwendige Zeit für die Beratung behält. Für Kunden gibt es Gold- und Silberkarten mit einer Verbriefung der Leistungen sowie Events. Auch unterhält das Unternehmen Kooperationen mit der DAK und dem ADAC.

Das Wissen der Mitarbeiter wird auch an andere Zurich-Agenturen weitergegeben. Dafür ist die Filialdirektion einer der Autoren des Zurich-internen Wissensmanagement-Systems ZNavi (Versicherungsjournal 8.3.2011, 9.5.2011).

#### Die besten Vermittler „Unternehmer-Ass 2011“

Kategorie	Auszeichnung	Name
Makler	Bronze	Stepbach Green Life, Ülzen
	Silber	Magnu Finanz- und Versicherungsmakler GmbH, Duisburg
	Gold	Dieter Maier Versicherungsmakler GmbH, Tuttlingen
Exklusiv-Vertrieb	Bronze	Hepago Versicherungsvermittlungs GmbH, Mehringen (Nürnberger)
	Gold (1)	Nahgang, Bohnes & Partner OHG, Plettenberg (Westfälische Provinzial)
	Gold (2)	Klaus Günter & Partner, Kitzingen (Zurich)

[Prof. Dr. Matthias Beenken](#)

Ausgabe vom 6.6.2011

[nächster Artikel](#) ▶

#### Wie beurteilen Sie diesen Artikel?

sehr interessant    informativ    unwichtig

**Bewerten**

#### Artikel-Werkzeuge für Sie

[Artikel drucken](#)

[Kopierfreundliche Version](#)

[Leserbrief schreiben](#)

[Per E-Mail weiterleiten](#)