



Entwicklung der Agenturberatung in Deutschland

Seite 1

Bedeutung und aktuelle Entwicklung der Agenturberatung von Vermittlerbetrieben der deutschen Versicherungswirtschaft und Finanzdienstleistung

Die letzten Jahre haben für Vermittlerbetriebe der Finanzdienstleistung und Versicherungswirtschaft eine Vielzahl an Änderungen mit sich gebracht. U.a. ist eine Fülle veränderter gesetzlicher Verordnungen zu berücksichtigen, die immer wieder neuen Veröffentlichungen reißen nicht ab. Hieraus resultierend und auf Basis der immer ausgereifteren technischen Möglichkeiten vor Ort in den Agenturen hat sich auch die notwendige Administration eines Vermittlers umfassend weiterentwickelt. Nur eines ist gleich geblieben: Der Agenturunternehmer ist genau dann und nur dann erfolgreich, wenn seine Verkaufsergebnisse stimmen.

Der Vermittler, der die Veränderungen der letzten Jahre in ihren Auswirkungen auf den eigenen Betrieb nicht organisiert bekommt, hat es heute schwerer als zuvor. An dieser Stelle kann ein Klagelied angestimmt werden, in dem die Schwierigkeiten der zahlreichen Veränderungen in den Mittelpunkt gerückt werden. Oder aber der Agenturinhaber nimmt die Gegebenheiten an und konzentriert sich auf die Vertriebsmöglichkeiten, die z.B. die EU-Vermittlerrichtlinie im Sinne einer exzellent argumentierbaren, konsequenten Rundum-Beratung für das eigene Geschäft mit sich bringt.

In Konsequenz all dieser Entwicklungen erlangte in den letzten Jahren fast unbemerkt die Agenturberatung selbständiger Vermittler eine immer größere Bedeutung. Während noch vor einigen Jahren die Agenturberatung sich nahezu ausschließlich auf die Optimierung von Abläufen in Vermittlerbetrieben beschränkt hat, sind zwischenzeitlich folgende sechs Themen und Entwicklungsfelder in den Beratungen vor Ort am häufigsten vertreten.

- Systematisierung der Arbeit mit bestehenden Kunden im Sinne eines weiteren Ausbaus der Kundenbeziehungen sowie einer servicestarken Betreuung
- Etablierung von Systemen zur laufenden Neukundengewinnung in die Abläufe der Agentur, abgestimmt auf die jeweilige Versicherer- und Agenturstrategie
- Betriebswirtschaftliche Optimierung, so dass aus den Vertriebsereignissen auch solide Gewinne resultieren, u.a. zur Liquiditätsstärkung für künftige Investitionen
- Konsequente Einbeziehung eventueller Mitarbeiter in Organisation und Systeme des Vermittlerbetriebs in die Bereiche Vertrieb und Service
- Unterstützung des Inhabers, seine vielfältigen Aufgaben in der Führung des eigenen Betriebs nachhaltig in den Griff zu bekommen
- Stärkung der Unternehmenskultur und der Identifikation aller Beteiligten mit dem ganz besonderen Wert der eigenen Vermittlungs- und Betreuungsarbeit für bestehende und zukünftige Kunden



Entwicklung der Agenturberatung in Deutschland

Seite 2

Die benannten Bereiche sind keinesfalls vollständig, zeigen aber die Vielfalt der Themen, welche eine kompetente Agenturberatung umfassen kann. Ziel sollte mehr Vertriebs Erfolg, mehr Organisation und mehr Gewinn sein. Professionelle Strukturen und eine durchdachte, planvolle Mitarbeiterführung unterstützen hierbei.

Immer häufiger gehen in den vergangenen Jahren Versicherungsgesellschaften und Finanzdienstleister den Weg, ihre besten Vermittler durch eine Agenturberatung zu unterstützen, nicht zuletzt, da deren „Langfristwert“ den eines Incentives im Sinne der Nachhaltigkeit um Längen übertrifft. Ob die Beratung durch interne Mitarbeiter eines Versicherers, die sich auf dieses Thema konzentriert haben oder durch hierauf spezialisierte externe Unternehmen realisiert wird, ist eine Grundsatzentscheidung. Beide Wege haben ihre Vorzüge, so dass die Akzeptanz, welche auch die Umsetzung forciert, den Ausschlag geben sollte.

Im Blick auf die nächsten Jahre wird sich der Trend zu professioneller Agenturberatung und Begleitung weiter fortsetzen. Drei Bausteine scheinen geeignet, dem wachsenden Bedarf nach derartiger Unterstützung gerecht zu werden:

1. Qualifizierende Begleitung von Agenturgründern, um ab Existenzgründung die Weichen auf unternehmerische Entwicklung zu stellen
2. Qualifizierende oder beratende Begleitung in einzelnen Entwicklungsschritten, z.B. bei der erfolgreichen Integration von Vertriebsassistenzen oder Kundenberatern
3. Beratende Begleitung der mittleren, großen und sehr großen Top-Seller, um deren Vertriebskraft noch weiter zu stärken und diese zu binden

Agenturberatung kann und muss dazu beitragen den Vertrieb professioneller zu gestalten und dessen Durchschlagskraft zu erhöhen. Im Sinne nachhaltigen Erfolgs sollte sie aber gleichermaßen die Organisation der beratenen Agenturen optimieren und deren Ertragskraft und Liquidität für weitere Investitionen erhöhen. Erst wenn dies gelingt, macht sich Agenturberatung nachhaltig bezahlt. Dann können auch eventuell bevorstehende gesetzliche Veränderungen den professionell organisierten Vermittlerbetrieb nicht mehr schrecken ...

Steffen Ritter
Geschäftsführer der Institut Ritter GmbH

Sangerhausen, 8. Dezember 2008