



Ohne Innendienst gibt es kein Wachstum

Für ein erfolgreiches Maklerbüro wird der Innendienst immer wichtiger. Unter anderem deshalb, weil er dem Vertrieb den Rücken für seine eigentliche Tätigkeit freihält. Bei Aufbau des Innendienstes, der Personalsuche und der Organisation sind einige Punkte zu beachten.

Eine Frage beschäftigt die Branche: Wie sieht der Versicherungsvertrieb der Zukunft aus? Eine Antwort ist die Digitalisierung. Und natürlich wird sie Einzug ins Maklerbüro halten. Die technische Ausstattung muss den heutigen Anforderungen angepasst werden und ein funktionierendes Maklerverwaltungsprogramm (MVP) ist aus der Büroorganisation nicht mehr wegzudenken. Doch reicht dies, um Wachstum und Rentabilität zu sichern bzw. weiter auszubauen? Sicherlich nicht. Denn ein Faktor ist für die Entwicklung eines Maklerbüros so wichtig wie nie: Der Innendienst. Oftmals wird das Thema belächelt oder ein Innendienst wird gar als nicht notwendig erachtet. Häufig fällt in dem Zusammenhang auch die Aussage, dass der Innendienst unproduktiv sei, also nicht verkaufe, und somit nur Kosten produziere und zu teuer sei. Dies ist allerdings eine kurzfristige Betrachtung, die es hier zu hinterfragen gilt.

Zeit für den Vertrieb

Grundsätzlich gilt natürlich erst einmal die Feststellung, dass Umsatz im Versicherungsvertrieb mit Verkauf erzielt wird. Dies bedeutet aber auch, dass der Verkaufsaussendienst die entsprechende Zeit für diese Tätigkeit haben muss. Hat er die nicht, kommt es infolge zu einer fehlenden Terminfrequenz. Und diese ist dann häufig die Ursache für zu wenig Umsatz und zu wenig Ertrag. Fragt man an dieser Stelle nach, heißt es wiederum oft, dass zu viel Arbeitszeit mit der Administration belegt sei. Betroffen sind hier hauptsächlich Vermittlerbetriebe, die neben dem Inhaber bzw. Geschäftsführer keine weiteren Mitarbeiter beschäftigen.

Fragen zur Betriebsgröße

Laut der Weiterbildungsumfrage von Beenken/Buttig – dem „Vermittler-PISA“ – aus dem Jahre 2012 haben 33%, also ein Drittel der Vermittler, keinen angestellten oder selbstständigen Mitarbeiter. Weitere 17% der Vermittlerbetriebe organisieren sich mit zwei Personen. Das heißt, zum Inhaber bzw. Geschäftsführer kommt noch ein weiterer Mitarbeiter und dieser ist häufig ein geringfügig Beschäftigter oder ein Familienangehöriger. Es wäre natürlich vermessen, zu behaupten, dass Maklerbüros dieser Betriebsgröße keine Zukunft haben und nicht weiter bestehen werden können. Aber die Zukunftsaussichten für Wachstum und Rentabilität sind stark eingeschränkt. Denn es

ist davon auszugehen, dass weitere Regulierungen und die Verlagerung von Tätigkeiten der Versicherungsgesellschaften auf die Maklerbetriebe dazu führen werden, dass noch mehr Zeit in „Back-Office“-Tätigkeiten investiert werden muss. Die Folge: immer weniger Zeit für die existentielle Tätigkeit, den Vertrieb.

Die Überlegung, die heute ein Makler für seine Zukunftsfähigkeit anstellen muss, ist demnach die Frage der Büroorganisation mit entsprechendem Personal. So sind bei Mitarbeitern folgende Unterscheidungen und Überlegungen anzustellen:

- Außendienstmitarbeiter (angestellt oder auf selbstständiger Basis) zur Ausweitung des Umsatzes bzw. zur konsequenten Betreuung des Kundenstammes.
- Innendienstmitarbeiter für eine effiziente Büroorganisation und hierbei kann noch unterschieden werden zwischen dem reinen Büromitarbeiter oder einem Mitarbeiter in der Doppelfunktion mit Verkaufsauftrag (hier ist festzustellen, dass in modernen Maklerbüros heute Innendienstmitarbeiter mit der Betreuung von einfachen Versicherungsvorgängen wie z.B. Kfz betraut sind).

Einstellung von Personal

Hier soll nun speziell auf den Innendienstmitarbeiter eingegangen werden. Ziel für das Maklerbüro ist es, durch diesen – wie schon beschrieben – mehr und effektivere Zeit für den Vertrieb zu generieren. Es aber auch nicht alleine damit getan, einen geeigneten Mitarbeiter zu finden und diesen einzustellen.

