

# Der Vermittler

E-Magazin Versicherung, Vertrieb, Finanzen

SEPTEMBER 2019

## „Es ist Gewaltiges im Gange“

Klaus Hermann,  
Versicherungscomedian,  
über Vorurteile und Wahrheiten



### **ONLINE VS. KLASSISCH**

---

Verliert die persönliche  
Beratung an Bedeutung?

### **INTERVIEW**

---

Ulrich Zander über den  
Knochenjob Vertrieb

### **KOMMT ER ODER NICHT?**

---

Dringliche Fragen zum  
Provisionsdeckel

# „Ein Dino der Wirtschaft braucht neuen Lebensraum“

*Einblick von Klaus Hermann, Versicherungsentertainer, Vermittler und VVW-Autor*

Mein Job hat längst nur noch sehr wenig mit dem „Klinkenputzer-Image“ der Vergangenheit zu tun. Es hat sich bereits eine Menge getan und noch viel mehr wird passieren. Muss uns das Angst machen? Nein, ganz im Gegenteil. Wir sollten uns darauf freuen. Was mich bei allen möglichen Szenarien, Digitalisierungsoffensiven und Prognosen zur Entwicklung meines Berufsstandes grundsätzlich positiv stimmt, sind zwei wesentliche Dinge: Der Tag hat nur 24 Stunden; Versicherungsprodukte sind und bleiben für die meisten Menschen total unsexy. Ich kenne wirklich niemanden, der nach einem anstrengenden Arbeitstag die Kinder ins Bett bringt, sich dann mit großer Vorfreude auf das Sofa wirft, das Tablet einschaltet und dann erstmal ganz in Ruhe verschiedene Bedingungswerke der BU-Versicherung durchstöbert. Keine noch so intelligente Technik wird den Zustand wesentlich verändern, dass die meisten Menschen einfach keinen Bock darauf haben, sich um ihre Versicherungen zu kümmern. Wenn das Auto vollautomatisiert darauf hinweist, dass es Zeit ist, einen Inspektionstermin zu vereinbaren, greifen die Leute wie ferngesteuert zum Telefon und arrangieren einen Werkstatttermin. Ich könnte meinen Kunden die Fischer-Chöre vor das Haus stellen, die in melodischer Form stimmungsgewaltig zum Jahresgespräch einladen. Da würde außer einer Anzeige wegen Ruhestörung selten etwas anderes passieren. Diese Fakten und v.a. der Ruf unserer Branche lässt uns auch bei der Berufswahl junger Menschen häufig ins Abseits geraten. Dazu kommt eine angespannte Altersstruktur. 52 Prozent der deutschen Vermittler sind laut einer Studie des BVK über 50 Jahre alt.

Das bedeutet, dass die Auswirkungen der Digitalisierung in meinem wundervollen Beruf gar nicht so schnell um sich greifen können, wie altersbedingt Jobs freierwerden. Mein Berufsstand sollte tunlichst daran arbeiten, dass die Generation Y uns bei der Jobsuche nicht ignoriert. Gerade die massiven Veränderungen der Arbeitsweise und völlig neue Zugangs-

wege zum Kunden und die damit einhergehenden Möglichkeiten, einen Pfeiler der gesellschaftlichen Grundordnung, die Versicherungsbranche, komplett neu zu gestalten, sollten das Interesse der jungen Menschen wecken. Auf geht's, ihr Studierenden und Schulabsolventen.

Ein Dinosaurier der Wirtschaft braucht einen neuen Lebensraum. Helft ihm dabei, den richtigen Platz zu finden und schön einzurichten. Während die Automobilindustrie trotz einer Vielzahl von Betrügereien und Skandalen die Politik mit Hilfe des ständig gezogenen Jokers der 800.000 Arbeitsplätze in Deutschland vor sich herreibt, gelingt es meiner Branche noch nicht einmal, das Thema der Provisionsbegrenzungen vom Tisch zu bekommen. Wir lassen es zu, dass Heerscharen von schlecht informierten Berichterstattern seit Jahren versuchen, die Lebensversicherung zu Grabe zu tragen. Die sei unsicher und nicht rentabel. Das ist absoluter Blödsinn und gefährdet die wichtige Vorsorge der Bürger. Schluss damit. Auch in den Versicherungsagenturen vor Ort ist Gewaltiges im Gange.

Der klassische, Anzug tragende Vertreter mit Schlips und Aktenkoffer ist ein Relikt vergangener Tage. Immer häufiger findet man anstelle der wenig überraschenden Büros der Vergangenheit top moderne Dienstleistungszentren, in denen gut geschultes Personal auf jede gewünschte Art und Weise mit dem Kunden korrespondiert und die Anliegen schnell und kompetent abarbeitet. Den schwarzen Schafen der Branche wird durch veränderte Personalarbeit der Gesellschaften und regulatorischen Auswirkungen sukzessive das Substrat ihres Handelns entzogen, so dass begründete Kritik und Vorsicht früherer Zeiten immer seltener den Prolog einer Zusammenarbeit zwischen Interessent und Versicherungsvertreter bilden. Der Versicherungsvertreter ist trotz aller Innovationen für die Kunden da. Physisch, digital oder telefonisch. Sie können ihn persönlich erreichen. Ein echter Mensch, der sich Zeit nimmt und Ihnen zuhört. Probieren Sie das mal im Baumarkt.

