

„Das Image des Versicherungsvertreeters würde ohne die Geschichten der Strukturvertriebe längst nicht so leiden“

Klaus Hermann, Entertainer und Versicherungsmakler, über Provisionsmodelle und Direktversicherer

Interview: David Gorr

VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT: Die DKM öffnet in den kommenden Wochen ihre Pforten. Auch in diesem Jahr werden Makler mit üppigem Rahmenprogramm nach Dortmund gelockt. Ist die Messe noch gut zum Netzwerken oder ist das alles nur noch Show, wo man leicht Weiterbildungspunkte ergattern kann?

KLAUS HERMANN: Die Weiterbildungspunkte gibt es auch auf der DKM, wie immer, im Tausch gegen Zeit. Dabei liegt es an jedem selbst, ob er sie sinnvoll nutzt oder verschwendet, nur um seine 15 Stunden auf dem Konto stehen zu sehen. Und genau so ist es auch mit der DKM selbst. Man kann mit der Tragetasche zwei Tage lang Kugelschreiber und Gummibärchen sammeln oder Kontakte intensivieren und Geschäfte machen. Ich nutze die Messe für die zweite Variante. Und dazu gibt meiner Meinung nach keine bessere Veranstaltung.

Mit welchen Produkten können Vermittler noch am besten verdienen? Klassische Lebensversicherungen oder private Cyber-Policen, Schutzbriefe und Zusatzbausteine etc.?

Der Vermittler verdient am besten, wenn er mit seinem Büro in der Lage ist, den Privat- und Geschäftskunden komplett an sich zu binden. Selbstverständlich sollte man dabei die Markttrends beobachten und sich anpassen. Wer zur Zeit unter schwindenden Lebensversicherungsabschlüssen leidet, sollte sich unbedingt den bAV-Markt und die Potenziale ansehen. Schutzbriefe und Zusatzbausteine sind für mich wie das Croissant an der Tankstelle. Man verkauft es mit, es macht die Kasse aber nicht wirklich voll.

Laut der aktuellen GDV-Vertriebswegestatistik konnten Vermittler und Makler erneut ihre Marktanteile ausbauen. Demgegenüber stagniert der Online-Vertrieb seit Jahren (außer bei Kfz). Werden reine Online-Versicherer demnach nicht so schnell die etablierten Player überholen und Vermittler weiterhin trotz Alexa und Chatbots gute Geschäfte machen?

Schon in den neunziger Jahren wurde mir von zig Seiten prognostiziert, wie gefährlich die Direktversicherer für meine Zukunft werden. Was ist passiert? Nichts, bzw. nur sehr wenig. Viele Start-up-Unternehmen und Insurtechs überschlagen sich mit Ankündigungen und Untergangsszenarien der klassischen Vertriebswege. Sie vergessen dabei zwei Dinge: Erstens, Versicherungen sind total unsexy und werden es auch bleiben. Zweitens: der Tag hat nur 24 Stunden.

„Fürs Geschäftemachen gibt es keine bessere Veranstaltung als die DKM.“

Damit will ich sagen. Egal wie nett und innovativ aufbereitet. Kaum ein Mensch beschäftigt sich gerne und lange mit unseren Themen. Deswegen ist der Kunden froh, wenn sich jemand darum kümmert, dem er in die Augen schauen kann.



„Vorleben, statt vorlesen“, lautet das Motto des fernseherfahrenen Comedians und „Schlag den Raab“-Gewinners Klaus Hermann. Seine Erlebnisse als Makler hat er in einem Buch niedergeschrieben (jetzt erhältlich unter www.vww.de).

Das wird noch lange so bleiben. Und wenn die Versicherer aufhören würden, Vertriebsmaschinen wie Check24 mit Geld zuzuschmeißen und stattdessen die klassischen Vertriebswege weiter stärken, wird es vermutlich sogar noch ein deutlicheres Wachstum geben. Denn uns Vermittlern gelingt es, im Vergleich zu den Direktanbietern, mit dem Kunden über mehr als nur die Kfz-Versicherung zu sprechen.

In welcher Form und wann der Provisionsdeckel kommt, steht immer noch nicht fest. Wird dieser die Arbeit der Vermittler tatsächlich so grundlegend verändern?

Neueste Informationen lassen vermuten, dass man diesen Irrsinn tatsächlich umsetzen wird. Damit dürfte Ihnen klar sein, was ich vom Provisionsdeckel halte. Nämlich gar nichts. Ein Bürokratiemonster mit mehr Fragen als Antworten. Und das, um 0,1 Prozent mehr Rendite für die Kunden der Lebensver-

sicherer zu erzielen? Verändern wird es gar nichts, außer dass wir Vermittler weniger Geld im Portemonnaie haben.

In Ihrem neuen Buch („Ich bin kein Klinkenputzer“) schreiben Sie, dass Provisionen nicht das exklusive Problem der Versicherungswirtschaft sind. Eine Abschaffung der Provisionen in der Finanzindustrie und der Dienstleistungsbranche ist für sie also undenkbar?

Maximal undenkbar. Was soll der Quatsch? Ich habe mit Bundestagsabgeordneten gesprochen, die lieber heute als morgen die Provisionen abschaffen wollen. Erschreckend war dabei für mich, dass man in der Politik mit unserem völlig veralteten Klischee des Klinkenputzenden Versicherungsvertreters argumentiert. Hinzu kommt, dass anscheinend vielen Akteuren in Berlin die Auswirkungen der Honorarberatung, zum Beispiel in England, gar nicht bekannt sind. Wir haben mehrere Hundert Millionen Versicherungsverträge in

Deutschland. Dem gegenüber stehen einige Hundert Ombudsmann-Beschwerden pro Jahr. Das sind keine kausalen Indizien für eine Fehlsteuerung und Falschberatung in einem Provisionsmodell.

„Wir haben mehrere Millionen Versicherungsverträge in Deutschland. Dem gegenüber stehen einige Hundert Ombudsmann-Beschwerden pro Jahr. Das sind keine kausalen Indizien für eine Fehlsteuerung und Falschberatung in einem Provisionsmodell.“

Ist die Honorarberatung also nicht die Lösung im Streit um die faire Vergütung von Vermittlern?

Jeder dritte Vermittler versteuert weniger als 50.000 Euro im Jahr. Dazu kommen sicherlich mehr als 40 Stunden Arbeitszeit und deutlich weniger als 6 Wochen Urlaub. DAS ist nicht fair. Die Honorarberatung führt zwangsläufig zu einer Unterversorgung der Bevölkerung. Dazu gibt es Studien und Erfahrungen. Das Provisionssystem hat sich etabliert und es funktioniert. Unsere Branche hat schon sehr konsequent die schwarzen Schafe aussortiert, die dieses System ausnutzten. Flankierend müssen jetzt noch Fehlanreize im Vertrieb vermieden werden. Wir haben gerade deutlich größere Probleme, um die sich die Politik kümmern sollte.

In Medien tauchen Geschichten mit ehemaligen DVAG-Vermittlern auf, die den Strukturvertrieb verteufeln. Jedoch steht in jeder Bank und bei jedem Versicherer der Vermittler immer unter Druck und muss seine Zahlen liefern, genauso wie der Staubsaugervertreter. Braucht die Branche die Strukturvertriebe überhaupt? Immerhin sind diese ja auch zum Teil sehr erfolgreich unterwegs – aber haben auch ein schlechtes Image.

Ich glaube, dass unser Image ohne die Geschichten und Begleiterscheinungen der Strukturvertriebe längst nicht so leiden würde. Allerdings darf man hier auch nicht alle Kollegen über einen Kamm scheren. Das wäre nicht fair. Wenn sich allerdings, wie von mir beobachtet, einige Vermittler eines großen deutschen Strukturvertriebes die Magnumflasche Champagner mit Pyrotechnik und DJ-Durchsage und Nen-

nung des Firmennamens in Ischgl servieren lassen. Dann kann ich nur feststellen, dass noch nicht alle Kollegen aus den Fehlern der Vergangenheit gelernt haben.

Die Branche leidet unter einem Nachwuchsmangel. Spüren Sie als Agenturinhaber diesen auch und wie würden Sie einen Kandidaten für sich gewinnen, der noch unschlüssig ist.

Ja, ich spüre den Nachwuchsmangel. Mein Erfolgsrezept, einfach ein paar Tage im Büro zur Probe arbeiten lassen und den Kandidaten überraschen, wie lebendig, aufregend und anders die Versicherungsbranche sein kann.

Welche Eigenschaften benötigt ein Versicherungskaufmann ihrer Meinung nach. Auf was achten Sie als Agenturinhaber bei der Einstellung eines Mitarbeiters?

Ein neuer Mitarbeiter in meiner Agentur muss Freude und keine Angst vor den unterschiedlichen Ausprägungen der menschlichen Natur haben. Ohne ein betriebswirtschaftliches Interesse zu ignorieren, sollte er oder sie sich als wichtiger Partner und Dienstleister unserer Kunden verstehen, dem wir auf Augenhöhe begegnen. Die Grundvoraussetzung für mich ist jedoch auch, dass der Bewerber in unser freundschaftliches Miteinander passt und unseren Beruf mit Leidenschaft ausübt.

Sie wollen den guten Vermittler „vorleben“. Wie soll das gelingen, der Kunde sieht sie im Jahr maximal drei Mal. Wenn es für ihn gut – also schadenfrei – läuft, möglicherweise noch weniger.

Es braucht manchmal nur einen einzigen Kontakt, um Menschen zu begeistern. Verlieben können wir uns sogar in Sekunden. Unsere Branche sollte die Bedingungen schaffen, damit sich der Kunde bei jedwedem Vorgang positiv verwundert die Augen reibt. Das gilt für Agenturen und Versicherungsgesellschaften gleichermaßen.

Hand aufs Herz. Wenn eines Ihrer Kinder erklärt, Versicherungskaufmann/frau werden zu wollen, was ist Ihr erster Gedanke?

Na, ja. Ich werde sie deswegen nicht zur Adoption frei geben. Im Moment sind Astronaut und Prinzessin noch die Favoriten. Meine Kinder sollen ihre eigenen Wege gehen. Sofern sie sich für Papas Beruf interessieren werde ich sie mit großer Begeisterung darüber beraten, welche Bandbreite an Möglichkeiten die Versicherungslandschaft bietet und wo sie die besten Bedingungen für ihren Traumjob vorfinden. Den selbst ausgeübten Beruf seinen Kindern nicht empfehlen zu wollen, ist in meinen Augen eine Bankrotterklärung an die eigene Lebensplanung.

gorr@vww.de