



INTERVIEW-REIHE „AUF DEM WEG ZUM UNTERNEHMER“

„Nutzt die Magie der Kooperation“

Von Redaktion 26.11.2024 01:16, aktualisiert am 26.11.2024 01:16

Wofür bist du besonders dankbar?

Nico Locker: Für meine Frau und meine beiden Söhne. Seit sie in mein Leben getreten sind, macht das Leben doppelt Spaß und dreimal mehr Sinn.

Butter bei die Fische: Was ist der Auftrag der Finanzdienstleistungsbranche gegenüber der Gesellschaft? Wo liegt eigentlich unsere Verantwortung?

Locker: Versicherer übernehmen Risiken und leisten Vorsorge für nahezu jeden privaten Haushalt und jedes Unternehmen. Damit sind Finanzdienstleister ein Garant für Wohlstand und entlasten die staatlichen Sicherungssysteme. Was würde passieren, wenn es zum Beispiel keine Privathaftpflichtversicherung gäbe? Wir würden mit einer großen Unsicherheit leben und der Staat müsste häufiger eingreifen. Einen weiteren Auftrag sehe ich darin, das Risikobewusstsein zu stärken, vor bestehenden Gefahren wirksam zu schützen und auch als Partner und Berater Verantwortung zu übernehmen.

Was ist dein Auftrag gegenüber der Gesellschaft?

Locker: Wie gerade beschrieben sehe ich die große Bedeutung unserer Branche. Daraus ergibt sich für mich persönlich der Auftrag, zum einen das Image der Versicherungsbranche positiv zu belegen und zum anderen den Nachwuchs zu unterstützen. Das mache ich zum Beispiel sehr gern als Jury-Mitglied und Mentor für den Jungmakler-Award oder auch den OMGV-Award. Auch bei Baloise arbeiten wir stetig daran, ein verlässlicher Partner für junge Menschen zu sein.

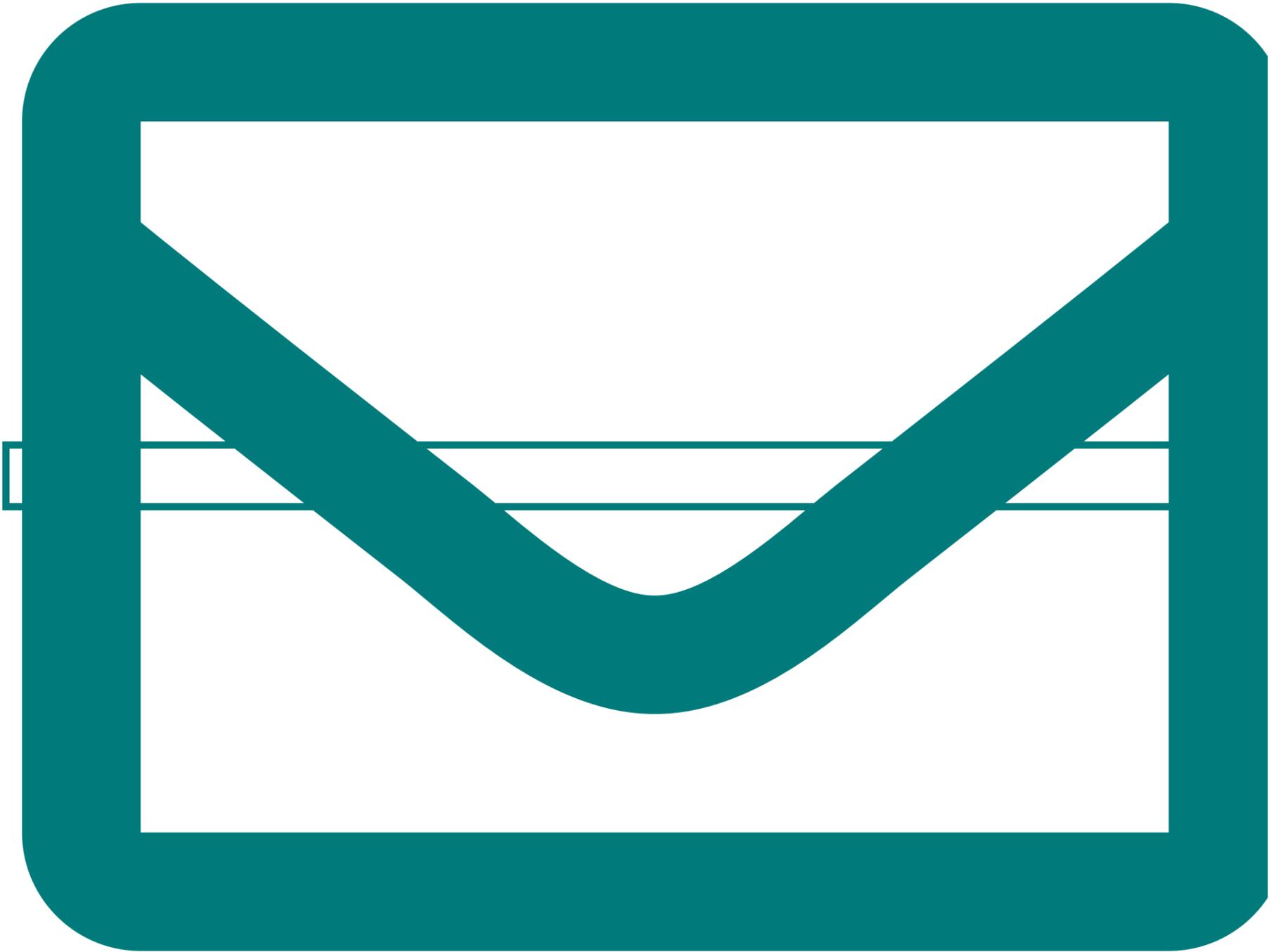
Welchen Tipp würdest du einem jungen Vermittler oder einer jungen Vermittlerin geben, der oder die kurz vor der Gründung des eigenen Makler-Unternehmens steht?

Locker: Sie sollten mit einer ehrlichen Selbstreflexion über ihre eigenen Stärken und Schwächen beginnen – und es kann hilfreich sein, dieses Selbstbild im eigenen Kreis hinterfragen zu lassen. Vielleicht lassen sich blinde Flecken finden, die wertvolle Erkenntnisse bringen. Daraus lässt sich dann die passende Unternehmensstrategie ableiten (Werte, Zielgruppen), aber auch die fehlenden Fertigkeiten/Interessen, welche über Kooperationen kompensiert werden könnten. Wenn möglich, sollten sich junge Vermittler einen Mentor suchen, die bereits erfolgreich die Gründungsphase überstanden hat. Hier bietet es sich an, jemanden zu wählen, der gleich als Kooperationspartner dienen könnte.

Welche Bücher, Blogs, Podcasts oder andere Ressourcen empfiehlst du anderen Unternehmern?

Locker: Die Innovations- und Produktzyklen werden immer kürzer, daher sollte jeder schauen, regelmäßig ein Branchen-Update zu bekommen. Dabei bieten sich Plattformen wie LinkedIn, oder Messen, Newsletter und natürlich auch Branchen-Informationsdienste wie zum Beispiel von Pfefferminzia mit all ihren Kanälen an. Des Weiteren darf die Persönlichkeitsentwicklung nicht fehlen – regelmäßig ein gutes Buch über Zeitmanagement oder (bei Bedarf) Führung ist ein Muss.

Die Kanalvielfalt sehe ich übrigens als gutes Mittel, um die Zeit für Weiterbildung effektiv zu nutzen: Zum Beispiel kann man bei der Anreise zu einer Messe mal das ein oder andere Hörbuch hören, auf der Messe nicht nur Brötchen essen, sondern vorher konkret festgelegte Informationsziele verfolgen und wer Social Media liebt, sollte dem richtigen Profil folgen, da lässt sich viel dazulernen.



MEHR INFOS? JETZT KOSTENLOS UNSEREN NEWSLETTER ABONNIEREN!

Was macht für dich ein gutes Geschäftsmodell aus?

Locker: Einen klaren Plan verfolgen, mit einem Zeithorizont von mehr als einem Jahr. Eine Fokussierung auf den eigenen Plan – das bedeutet, auch nein sagen zu können. Geduld und Glaube an die eigenen Stärken. Passende Kooperationspartner und das Wissen, wann der Zeitpunkt ist, sich Unterstützung zu holen.

» *Wir müssen effizienter in den Vertriebsprozessen werden*

Welcher Trend wirkt sich als Nächstes auf die Branche aus?

Locker: Wir sind mittendrin: die Nutzung von KI.

Kann KI die Beratung in naher Zukunft übernehmen?

Locker: Ja! Und das ist extrem gut und wichtig für Versicherungsvermittler. Warum? Wir werden in unserer Branche mehr Geschäft mit weniger Kolleginnen und Kollegen machen müssen bzw. können. Das bedeutet, wir müssen effizienter in den Vertriebsprozessen werden. Endkunden für Versicherungsthemen zu sensibilisieren und dann der KI die richtigen Fragen zu stellen, werden neben dem Beziehungsaufbau die Kernaufgaben von Vermittlern werden. Aber die Berater müssen dank KI nicht mehr alle Produktdetails kennen. In der Zukunft sehe ich immer drei Beteiligte in einem Kundentermin: den Endkunden, die beratende KI und die Vermittler, der die richtigen Fragen stellt und moderiert.

In welchen sozialen Netzwerken bist du unterwegs, in welchen davon bist du sichtbar?

Locker: Auf LinkedIn bin ich sowohl passiv als auch aktiv mit eigenen Beiträgen unterwegs. Instagram und Facebook oder passende Facebook-Gruppen konsumiere ich nur passiv. Dies soll nicht als eine Empfehlung verstanden werden; ich nutze keine Plattform ausschließlich privat und daher müssen diese Aktivitäten immer zu meiner beruflichen Zielgruppe und Aufgabe passen.

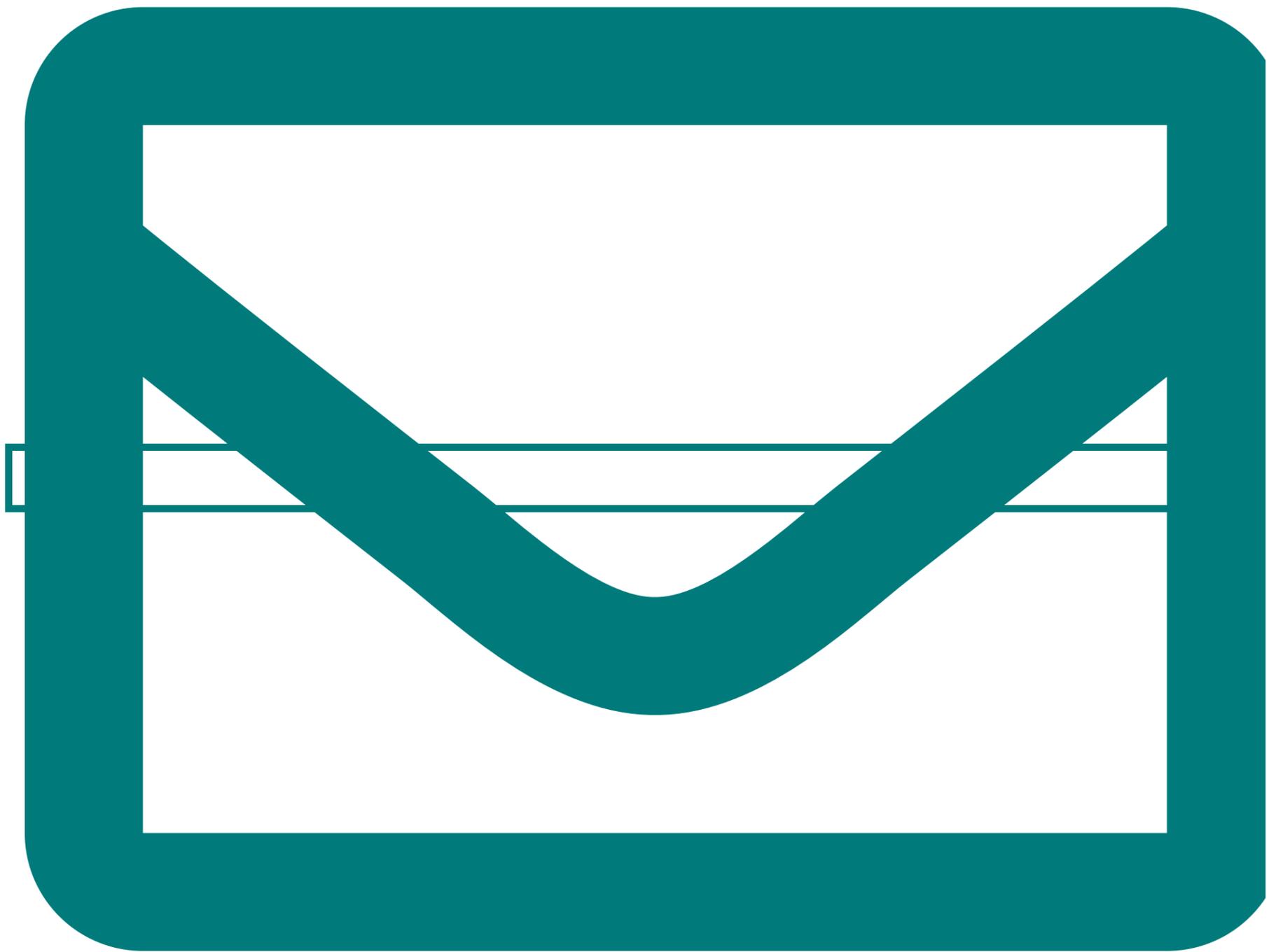
Wie wichtig ist es deiner Meinung nach, ein starkes Netzwerk aufzubauen? Wer gehört in dein Netzwerk?

Locker: Ich denke, keine Funktion in unserer Branche kommt ohne ein gutes Netzwerk aus; daher ganz hohe Priorität. Gerade für Vermittler bietet sich hier die Chance, die eigenen Stärken anzubieten und von den Stärken anderer zu profitieren. In mein Netzwerk gehören eigentlich alle, die mit dem Versicherungsvertrieb zu tun haben.

„ Die Verbesserung unseres Images ist eine Mammutaufgabe

Inwiefern würdest du dir mehr Austausch innerhalb der Branche wünschen? Was braucht es dafür?

Locker: Die Verbesserung unseres Images ist eine Mammutaufgabe, welche nur gemeinsam gelingt. Leider nehme ich noch zu oft wahr, dass es Vermittler gibt, die beim Endkunden über andere Marktteilnehmer schimpfen – so kommen wir nicht weiter. Ich sehe den vertriebschienenübergreifenden Austausch als einen wichtigen Hebel. Was es dafür braucht? Vertrauen, offene Menschen und Zeit – ich sehe uns da ehrlich gesagt auf einem guten, aber noch sehr weiten Weg.



MEHR INFOS? JETZT KOSTENLOS UNSEREN NEWSLETTER ABONNIEREN!

Wann fühlst du dich erfolgreich?

Locker: Wenn ich abends mit einem Lächeln meinen beiden Söhnen eine Gute-Nacht-Geschichte vorlese und dabei richtig gute Laune habe. Man kann nach außen Erfolg proklamieren, aber sich selbst kann man nicht täuschen: Wenn ich also abends total zufrieden und glücklich bin (meine Söhne merken, ob das aufgesetzt ist oder stimmt), dann hatte ich einen erfolgreichen Tag.

Wenn du einen Wunsch an die Branche hättest, welcher Wunsch wäre es?

Locker: Ganz einfach und schon tausend Mal in Foren gelesen: Redet mehr miteinander statt übereinander und nutzt die Magie der Kooperation statt der Ausgrenzung.

Was wird deiner Meinung nach in den nächsten fünf Jahren zum Thema Vergütung auf die Versicherungsbranche zukommen?

Locker: Mehr Transparenz gegenüber den Endkunden, mehr Marktmacht einzelner Marktteilnehmer und wie immer in unserer Branche: Es wird viel Einfallsreichtum entstehen und solange dies im Kundeninteresse passiert, finde ich das super und notwendig.

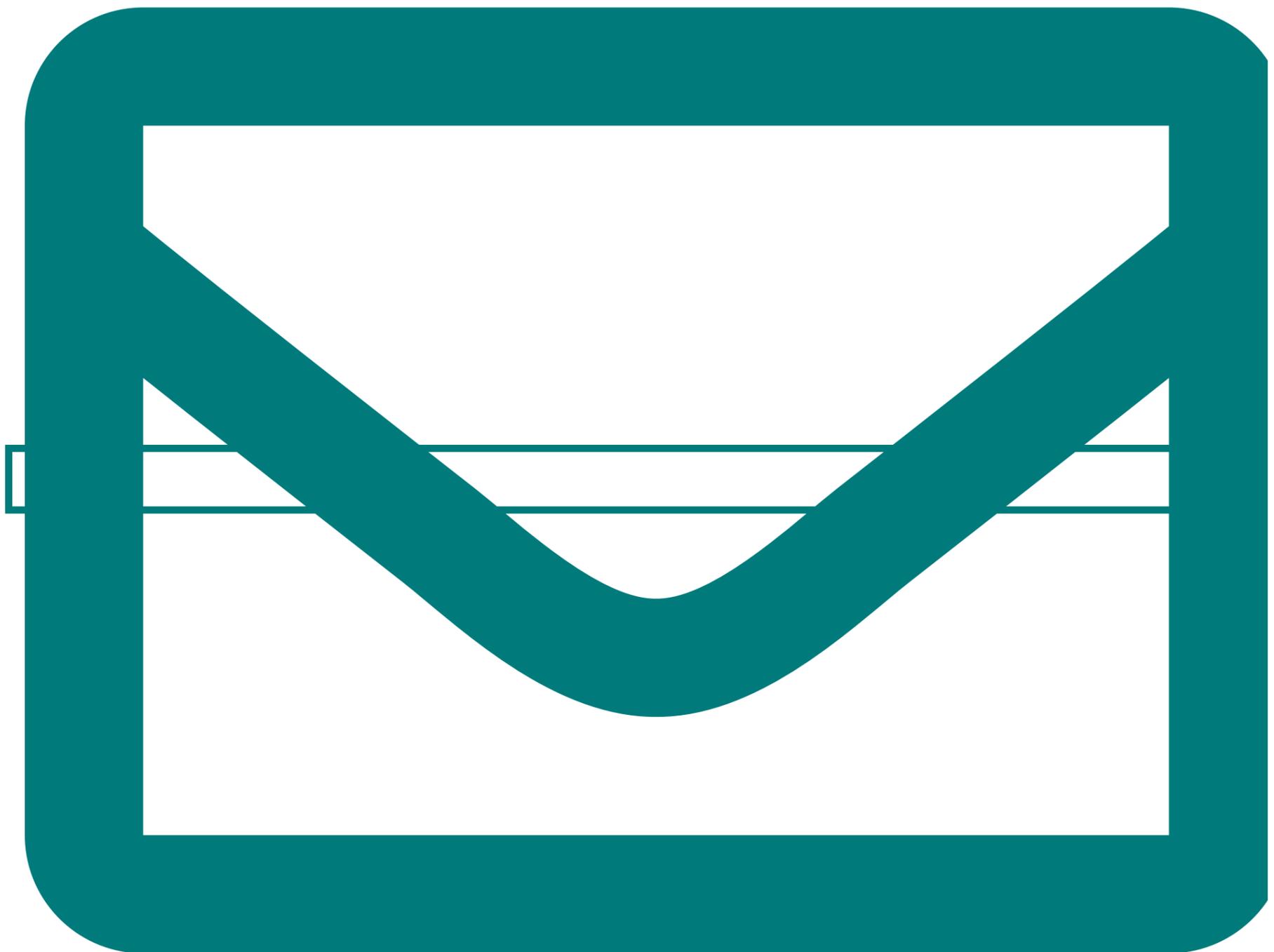
„ Eine gute Beratung gibt es nie umsonst

Stell dir vor, jemand, der nichts mit Versicherungen und Finanzen am Hut hat, möchte folgende Frage von dir beantwortet haben: Was ist der spürbare Unterschied zwischen einer klassischen Courtageberatung und einer Honorarberatung?

Locker: Ich denke, dass es eine Typ-Frage ist: Nicht jeder möchte zum Beispiel risikoreich das eigene Geld angelegt wissen, andere sehen die Renditechancen im Fokus. Ähnlich verhält es sich mit den Vergütungsmodellen: Entweder man bezahlt bei Abschluss einer Versicherung mit der Prämie die Vergütung, oder man bezahlt ein Honorar für die Beratung, unabhängig, ob man dann einen Risikoschutz wählt. Wichtig ist nur: Eine gute Beratung gibt es nie umsonst.

Versicherungsberater versus Versicherungsmakler: In den letzten Jahren hat sich hier viel getan und die Unterschiede wurden geringer. Wird diese Trennung von Versicherungsberatern und Versicherungsmaklern langfristig bestehen bleiben?

Locker: Hier komme ich gern auf den oben erwähnten Kooperationsgedanken zurück: Wir müssen über alle Vertriebschienen hinweg mehr miteinander reden und Akzeptanz aufbauen. Dann profitieren wir alle – das betrifft nicht nur Versicherungsberater und Versicherungsmakler.



MEHR INFOS? JETZT KOSTENLOS UNSEREN NEWSLETTER ABONNIEREN!

In der Praxis habe ich oft erlebt, dass nicht nur „Bequemlichkeit“ oder „Unwissenheit“ der Vermittler und Berater ein Problem sind, sondern es auch vorkommt, dass einzelne Personen mentale und betriebswirtschaftliche Hürden überwinden müssen. Kannst du das bestätigen und falls ja, welche mentalen und betriebswirtschaftlichen Hürden siehst du?

Zum einen ist die Demografie besonders in unserer Vermittlerwelt nicht zu vernachlässigen: Jemand, der weniger als fünf Jahre bis zur Rente hat (das ist eine nicht unwesentliche Anzahl der Vermittler), wird sich solch einer Veränderung nur schwer hingeben. Zum anderen werden die Bestände der übrigen Vermittler durch diesen demografischen Effekt immer größer, was in Teilen zu einer Sättigung führt. Kurz gesagt: den Schmerzpunkt, etwas verändern zu müssen, sehe ich momentan noch als zu gering.

» *Es macht einen Unterschied, ob die Zielgruppe beratende Berufe oder Handwerker sind*

Was brauchen Vermittler und Berater, um erfolgreich Umsätze in der Honorarberatung zu generieren, beispielsweise über die Einführung von Servicepauschalen?

Locker: Viel Geduld. Ein klares, transparentes Kommunikationskonzept. Innere Stärke bei Ablehnung durch Kunden.

Wie gelingt Vermittlern die Umstellung auf Honorarberatung? Welchen Weg würdest du empfehlen? Wann müsste von einer Umstellung eher abraten?

Locker: Es beginnt mit der eigenen Zielgruppenanalyse (falls nicht bereits vorhanden) und der Fragestellung, ob es eine Besonderheit gibt, wie diese Zielgruppe auf eine Umstellung bzw. Ergänzung zur Honorarberatung reagieren wird. Ich sehe hier zum Beispiel einen Unterschied, ob die Zielgruppe beratende Berufe oder Handwerker sind. Anschließend sollte der Mehrwert aus Kundensicht ganz genau herausgearbeitet werden. Das kann in einer Art FAQ passieren, welches dann auch in den eigenen Portalen hinterlegt werden könnte. Abraten würde ich den Maklern, die nicht von dieser Art der Vergütung überzeugt sind – also: einfach nur ausprobieren und mal mitnehmen wird nicht funktionieren.

Über den Interviewpartner

Nico Locker ist Bereichsleiter Vertriebsentwicklung und Vertriebsinnovation bei [Baloise in Deutschland](#). Bei seinem vorherigen Arbeitgeber leitete er den Maklervertrieb und baute dort eine vertriebliche Innovationseinheit auf.

Über die Autoren

Tim Schreitmüller ist digitaler Strategie mit Versicherungs-Know-how von der LV 1871. Stephan Busch ist Versicherungsmakler und Inhaber von [Progress Finanzplaner](#). Tim und Stephan sind die Köpfe von [CoachMeNetto](#).

MEHR ZU

> [INTERVIEWS](#)

> [BRANCHE](#)