

## Entweder oder? Oder sowohl als auch?

**Versicherungsmakler stehen heute vor der Frage, auf welchem Kommunikationskanal sie ihre Kunden am erfolgreichsten informieren. In der Versicherungsbranche wird über die Optimierung von Geschäftsprozessen viel diskutiert. Digitalisierung lautet das Zauberwort. Eine schlanke Verarbeitung macht Sinn. Anspruch und Wirklichkeit bei Versicherern und Versicherungsmaklern klaffen aber häufig genug weit auseinander.**

Und was möchten die Kunden? Der Wunsch nach persönlichen Gesprächen nimmt wohl tendenziell ab. Wichtige Beratungsgespräche werden aber auch zukünftig persönlich geführt. Vieles kann per E-Mail schnell und kostengünstig kommuniziert werden. Die Abgabe von Angeboten, Vertragsneuordnungen und Schadensabwicklungen machen auf diesem Wege Sinn.

Eine andere Betrachtungsweise sollte an den Tag gelegt werden, wenn es um Marketingmaßnahmen geht. Wenn Versicherungsmakler den Anspruch haben – eigentlich eine Selbstverständlichkeit! – ihre Kunden regelmäßig und kompetent über Wichtiges aus der Versicherungsbranche und aus dem eigenen Unternehmen zu informieren. Welcher Kommunikationskanal ist dann der Richtige?

Auf der einen Seite möchten Kunden heute selbst entscheiden, über welchen Kommunikationskanal sie mit ihrem Versicherungsmakler kommunizieren. Auf der anderen Seite stellt sich für Versicherungsmakler die Frage, welcher Kommunikationskanal wirkt für mich am nachhaltigsten?

Bei der heutigen Reizüberflutung laufen Versicherungsmakler immer Gefahr, übersehen oder weggeklickt zu werden. Also besser gar nichts machen? Spar ich mir doch den ganzen Aufwand. Die Kunden danken es eh nicht. Das ist wohl kaum die Lösung. Machen Versicherungsmakler gar nichts, geraten sie schnell in Vergessenheit. Insbesondere dann, wenn der Wettbewerb regelmäßig präsent ist. Wenn eines sicher ist, der Wettbewerb schläft bestimmt nicht.

Welcher Kommunikationskanal für Versicherungsmakler der Richtige ist, hängt auch vom eigenen Geschäftsmodell und von der Kundenstruktur ab. Aber auch davon, ob überhaupt die rechtlichen und technischen Grundvoraussetzungen geschaffen wurden, einen E-Mail-Newsletter versenden zu dürfen.

Aus seiner langjährigen Erfahrung kann Thomas Bethke berichten, dass es kein Entweder oder mehr gibt.



Thomas Bethke,  
Versicherungsbetriebswirt (DVA) ©

Im Optimalfall informieren Versicherungsmakler ihre Kunden auf allen Kommunikationskanälen. Denn die Aufmerksamkeit der Leser ist nicht zu jedem Zeitpunkt für jedes Medium immer gleich hoch. Deshalb ist es sinnvoll, die Informationen nach und nach über verschiedene Kommunikationskanäle anzubieten. Liest der Kunde die Mitteilungen mehrfach, verfestigen sich die Informationen. So bleiben Versicherungsmakler bei ihren Kunden regelmäßig präsent.

Wichtig ist aber vor allem, dass Versicherungsmakler überhaupt etwas tun. Und das dann bitte zuverlässig, regelmäßig und kompetent. Die Kunden werden es dem Versicherungsmakler danken.

**Pressekontakt:**

Thomas Bethke  
Telefon: 040 / 642 08 - 148

**Unternehmen**

V-aktuell  
Meiendorfer Rund 40  
22145 Hamburg

Internet: [www.v-aktuell.de](http://www.v-aktuell.de)