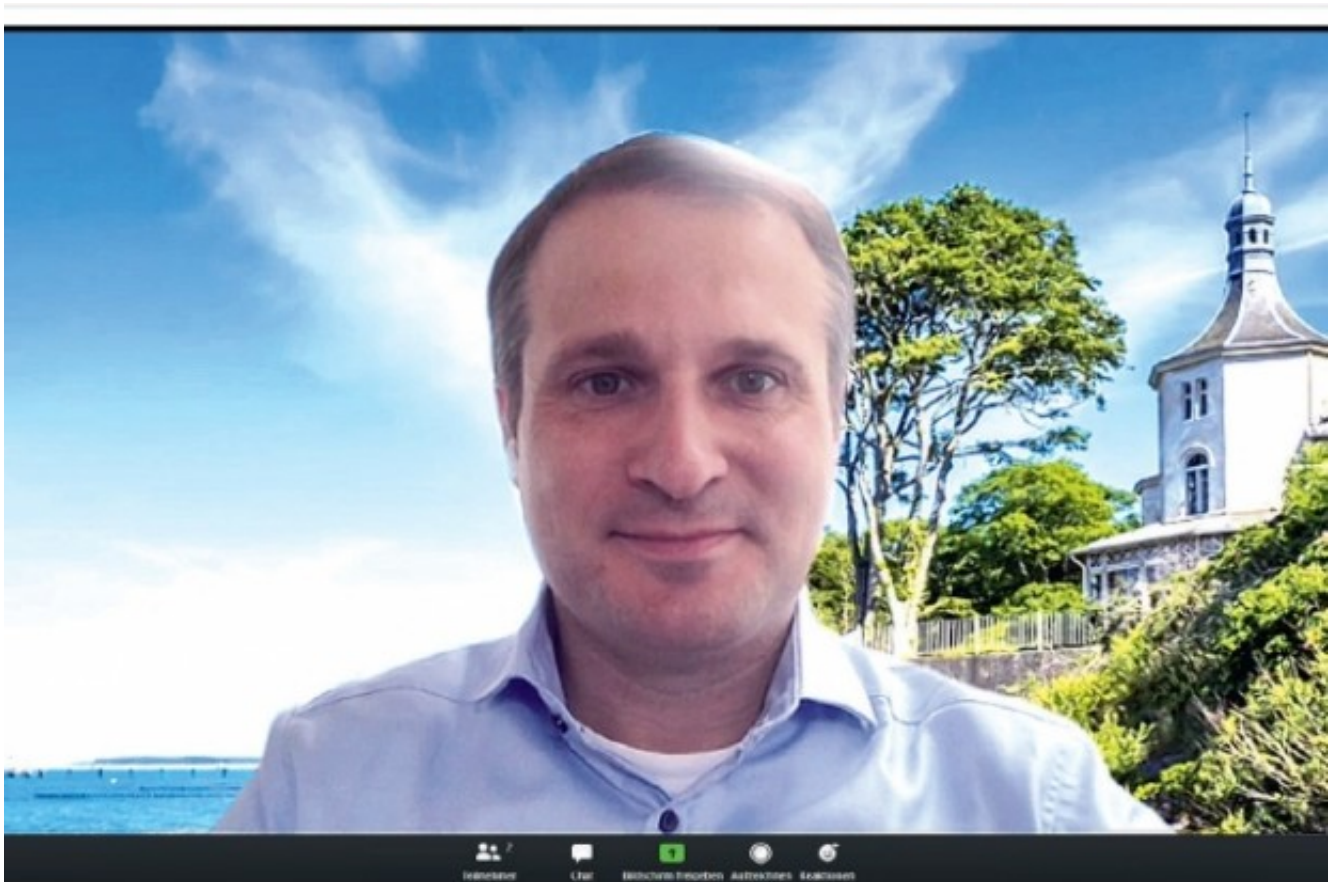


2/2020 | Vertrieb & Praxis

Auf Distanz und doch persönlich

In Zeiten von Corona sind Vermittler verstärkt dazu übergegangen, ihre Kunden per Video zu beraten. Maklerpools unterstützen sie dabei. Weil die Sache so praktisch ist, bleibt Videoberatung auch nach der Krise eine gute Variante.



Live-Test mit Thomas Schröder: Der Finanzberater aus Rostock hat FONDS professionell nicht nur berichtet, warum und wie er seine Kunden per Video betreut. Schröder hat in einer Video-Session auch vorgeführt, wie solch eine persönliche Beratung auf Distanz funktioniert und wo die Vorzüge liegen.

© FONDS professionell

Montag, 27. April 2020, 11 Uhr – Test. Am anderen Ende der Leitung ist der Finanzberater Thomas Schröder aus Rostock. Er hat sich bereit erklärt, der Redaktion von FONDS professionell davon zu berichten, seit wann, warum und wie genau er Videoberatung nutzt, um seinen Kunden mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Immerhin hat diese „quasi persönliche“ Betreuung gerade zur Zeit der Kontaktsperrung aufgrund von Corona enorm an Bedeutung gewonnen.

Hundertprozentig korrekt, genauso, wie Experten es für einen Erstkontakt empfehlen, hat sich Schröder zunächst per Telefon gemeldet. Ein kurzer Austausch, dann ist es so weit. „Ich schicke Ihnen jetzt einen Link, auf den klicken Sie bitte“, sagt der Berater. Da ist der Link auch schon, einmal angeklickt, öffnet sich auf dem Bildschirm ein Eingabefeld. „Dort geben Sie nun Ihren Namen ein, danach schalte ich Sie für unser Video-Meeting frei“, erläutert Schröder. Noch ein paar Sekunden, und da ist er. Offenbar meldet sich der Berater direkt aus dem Urlaub. „Nein, ich bin in meiner Wohnung“, lacht er. Das Meer und die schöne Landschaft sind nur ein Hintergrundbild. „Das lässt sich bei Zoom, dem Tool, das ich nutze, so einstellen“, erklärt Schröder. Und dann führt er vor, was das System für eine nahe Beratung aus der Ferne noch alles leistet.

Videoberatung ist keine neue Erfindung. Für viele Finanz- und Versicherungsvermittler ist sie schon seit einiger Zeit einer von mehreren Wegen, um die Klientel zu betreuen. Das spart Zeit, Geld und erlaubt mehr Kundentermine pro Tag, als es bei persönlichen Gesprächen möglich wäre.

Beschleuniger Coronakrise

Doch erst in der Coronakrise haben Vermittler, Berater und auch viele ihrer Kunden die Vorzüge von Videotermi­nen richtig zu schätzen gelernt. Auch Maklerpools haben erkannt, dass ihre Partner trotz Kontaktsperre eine Möglichkeit brauchten, um am Kunden zu bleiben. So haben sie ihnen praktische Tools für die Videoberatung zur Verfügung gestellt oder unterstützen sie mit Tipps.

Der Maklerpool Blau Direkt aus Lübeck hat sich schon vor geraumer Zeit mit dem Thema Videoberatung auseinandergesetzt. „Wir haben vor rund zehn Jahren mit einem Anbieter von Video-Tools einen Rahmenvertrag abgeschlossen, der dann zwischenzeitlich aber wieder aufgehoben wurde“, erinnert sich Co-Geschäftsführer Oliver Pradetto. Eine Reihe von Partnern sei aber dabei geblieben und betreut Kunden seit damals – zumindest teilweise – per Video.

Je ausgefeilter in den vergangenen Jahren die Systeme für Onlinekonferenzen und Videomeetings wurden, desto mehr haben sich auch die Pools mit der Frage beschäftigt, ob sie den angeschlossenen Vermittlern nicht die Möglichkeit zur Videoberatung eröffnen sollten. Die technische Umsetzung hat letztendlich aber erst mit der Coronakrise richtig Fahrt aufgenommen.

Anbieterwechsel

„Wir arbeiten schon seit einiger Zeit an einem Angebot für eine Videoberatung“, berichtet Christian Hammer, Geschäftsführer des Haftungsdachs NFS Netfonds aus Hamburg. Dabei habe die technische Umsetzung regulatorischer Anforderungen wie die revisionssichere Aufzeichnung von Telefonaten im Vordergrund gestanden. Dies führte auch dazu, dass Netfonds den ursprünglichen Kooperationspartner wechseln musste. „Unsere Wahl fiel dann auf einen Schweizer Anbieter“, sagt Geschäftsführer Hammer.

Bei der Unternehmensgruppe Jung, DMS & Cie. wiederum fiel der Abschluss der Pilotphase, in der das System Snapview getestet wurde, eher zufällig mit dem Beginn der Coronakrise zusammen. „Schon vorher hatte es die Nachfrage von Partnern nach einem Video-Tool gegeben, die dann im Herbst 2019 zu unserer Ausschreibung geführt hat“, erzählt Sebastian Grabmaier, Vorstandsvorsitzender von Jung, DMS & Cie.

Unterstützung wirkt bereits

Inzwischen bieten acht große Maklerpools ihren Partnern Systeme für die Videoberatung an, entweder in Form einer Kooperation mit einem externen Anbieter oder als eigenes Tool. Dies hat eine Umfrage der Redaktion Ende April 2020 ergeben (siehe Kasten). Andere Pools unterstützen ihre Partner zumindest mit Ratschlägen und Hinweisen. All diese Maßnahmen haben sich offensichtlich auch schon beim Umsatz der angeschlossenen Vermittler bemerkbar gemacht. Zumindest berichten einige Pools, dass Makler, die auf Videoberatung setzen und damit in der Krise handlungsfähig geblieben sind, sehr erfolgreich arbeiten.

Das spiegelt sich in den Zahlen der Maklerpools wider. So fiel das erste Quartal 2020 trotz Corona-Pandemie für die Gesellschaften durchaus positiv aus. Blau Direkt etwa erzielte nach eigenen Angaben im Lebensversicherungsbereich eine Umsatzsteigerung um 98,33 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch in den anderen Sparten seien deutliche Zuwächse zu verzeichnen gewesen. Die BCA berichtet von durchgängigen Neuabschlüssen bei Investmentprodukten im ersten Quartal, auch der Versicherungsbereich habe sich positiv entwickelt. Fondskonzept schließlich gibt an, Fonds seien „signifikant nachgekauft“ wurden.

In der Tat läuft es bei Fonds- und Versicherungsvermittlern dank Videoberatung gut. „Zu Beginn des Shutdowns sind die Anfragen von Bestands- und Neukunden erst einmal zurückgegangen, weil die Menschen andere Sorgen hatten“, berichtet Marco Mahling, Inhaber des gleichnamigen Unternehmens für Finanzdienstleistungen aus München. Nach zwei bis drei Wochen sei dann aber das Interesse an Beratungen per Video deutlich gestiegen. Da kam es Mahling gelegen, dass er bereits seit 2010 diese Variante anbietet.

Per Skype nach Taiwan

„Damals hat es sich so ergeben, weil einer meiner Kunden beruflich nach Taiwan ging“, erzählt der Vermittler. Da die Telefonverbindung sehr schlecht war, probierten Mahling und sein Kunde es per Skype – und das funktionierte. „So konnten wir uns nach ein paar Monaten auch mal wieder sehen“, sagt Mahling. Am Anfang sei die Beratung per Video zwar ungewohnt gewesen, doch das habe sich schnell gegeben. „Das meiste habe ich mir selbst angeeignet, aber ich tausche mich immer viel mit Kollegen aus, vor allem mit solchen, die online sehr aktiv sind“, berichtet er. So hat Mahling mit der Zeit viel gelernt, seine Prozesse und die Technik immer weiter verbessert.

Längst hat der Vermittler von Skype zu professionellen Tools für die Videoberatung gewechselt. Wie Thomas Schröder hat er eine Weile das System Zoom eingesetzt, auch andere Lösungen ausprobiert. „Aktuell verwende ich Bridge und werde mir in Kürze auch Flexperto ansehen“, sagt Mahling. Der große Vorteil: Beide Tools sind datenschutzkonform, berücksichtigen die Vorgaben von Mifid II und der Finanzanlagenvermittlungsverordnung, sogar das Taping funktioniert.

Vertragsabschluss inklusive

„Gekoppelt mit dem Tool Insign ist auch die digitale Signatur möglich, sodass alle Verträge in einer Video-Session abgeschlossen werden können“, sagt Mahling. Dafür braucht der Kunde nur auf seinem Smartphone oder Tablet zu unterschreiben. Auch Tino Weissenrieder, Geschäftsführer der W&K Wirtschaftsberatung aus Lahr, ist von der Kombination aus Bridge und Insign sehr überzeugt. Das Tool Bridge nutzt er zu einem vergünstigten Preis über einen Maklerpool. Der Finanzprofi hat sich in Sachen Videoberatung schnell gut in Position gebracht. Erst 2018 hat Weissenrieder erste Schritte in diese Richtung unternommen, nun plant er, bereits ab Mitte des Jahres sogar eigene Webinare für die Akquise neuer Kunden einzusetzen. „Dabei bin ich eigentlich ein großer Freund von persönlichen Kundenkontakten“, erzählt Weissenrieder.

Wenn er es sich aussuchen könnte, würde er am liebsten nur direkt vor Ort beraten, doch bei langen Anfahrtswegen rentiert sich ein persönliches Gespräch einfach nicht. „Und anders als ein Handwerker kann ich meinen Kunden die Anfahrt ja auch nicht in Rechnung stellen“, sagt der Vermittler. So hat sich Weissenrieder vor zwei Jahren ein einfaches Equipment für Videoberatungen zusammengestellt und „learning by doing“ losgelegt. Mittlerweile hat er zwei richtig gute Webcams und setzt auch ansonsten auf vernünftige Technik.

„Wichtig sind für mich auf jeden Fall download- und plug-infreie Beratungstools“, sagt er. „Ich habe Kunden, die bei großen Konzernen angestellt sind und zuweilen einen Videotermin in ihrer Mittagspause wahrnehmen möchten“, berichtet Weissenrieder. Müssten sie sich dafür zunächst eine Software herunterladen, wäre eine solche Beratung gar nicht möglich, da die meisten großen Unternehmen Downloads auf die Firmenrechner nicht erlauben.

Passendes Outfit

Eine spezielle Schulung, in der das passende Verhalten vor der Kamera erlernt werden kann, hat Weissenrieder nicht durchlaufen. „Das muss man natürlich etwas üben, aber je öfter man es macht, desto mehr wird es zur Routine“, sagt er. Was seine Kleidung angeht, macht der Vermittler keinerlei Unterschiede zum persönlichen Kundentermin vor Ort. „Ich trage auch vor der Kamera immer ein Business-Outfit“, sagt Weissenrieder. Zudem achtet er darauf, dass im Hintergrund nicht versehentlich private Gegenstände wie Spielsachen seiner Kinder zu sehen sind. „Bei dem Tool Zoom, das es allerdings nicht plug-in-frei gibt, kann man aus verschiedenen Fotos für den Hintergrund wählen oder auch selbst fotografierte Bilder einstellen“, berichtet Weissenrieder. Damit ist ausgeschlossen, dass ein Kunde über die Schulter des Beraters hinweg etwas sieht, das nicht für seine Augen bestimmt ist.

„Es könnte auch eine Überlegung wert sein, im Hintergrund Fotos des eigenen Büros zu zeigen“, findet Weissenrieder. Und er hat für Kollegen, die per Video beraten, noch einen anderen Tipp: „Damit die Konturen des Beraters immer ganz scharf und natürlich über den Bildschirm kommen, ist es gut, hinter dem Arbeitsplatz einen sogenannten Greenscreen zu platzieren“, sagt er. Diese wie ein Rollo aufziehbare Wand ist für den Kunden nicht zu sehen, sie sorgt einzig und allein für ein naturgetreues Erscheinungsbild des Gegenübers. So naturgetreu wie ein persönliches Gespräch kann für Weissenrieder jedoch die beste Videoberatung nicht sein. „Sobald es wieder möglich ist, werde ich erneut auch persönliche Beratung anbieten, wenn Kunden nicht zu weit entfernt sind“, sagt er.

Variante Desktop-Sharing

Business-Outfit, Fotohintergründe und Greenscreens: Das alles spielt für Steffen Strobel keine Rolle. Denn während landauf, landab Finanzberater und Versicherungsvermittler immer mehr auf Videoberatung setzen, gehört Strobel zu den wenigen, die davon gar nicht so begeistert sind. Das heißt nun keineswegs, dass der Geschäftsführer der Firma PA Versicherungsmakler mit Sitz in Freiberg am Neckar zu Corona-Zeiten kein Geschäft gemacht hätte und seine Kunden ansonsten ausschließlich persönlich betreuen würde. Strobel berät schon seit zehn Jahren aus der Ferne direkt ins heimische Wohnzimmer der Klientel – aber ohne Bild.

„Wir haben sehr onlineaffine Kunden und gewinnen Neukunden über Internetanfragen und Leads“, sagt Strobel. Diese Klientel wolle zumindest am Anfang der Geschäftsbeziehung keinen persönlichen Kontakt, sondern bleibe eher auf Distanz. „Wenn man dann zum Beispiel Vertragsunterlagen per Mail zusendet und daraufhin Fragen kommen, führen Erklärungen per Telefon oft zu Missverständnissen“, sagt Strobel. Statt einem Kunden zu sagen: „Schauen Sie doch mal in den letzten Absatz auf Seite fünf“, ist es natürlich deutlich leichter, ihm die betreffende Stelle auf Seite fünf direkt zu zeigen. „Aus diesem Grund haben wir uns schon 2010 für das Desktop-Sharing entschieden, bei dem der Kunde alle wichtigen Unterlagen und Informationen auf dem Bildschirm des Vermittlers sieht, nicht aber den Vermittler selbst“, berichtet Strobel.

Mit dem Tool namens Mikogo, das er für das Desktop-Sharing nutzt, ist er sehr zufrieden, über alle Produkte berät er damit, per Insign können Verträge direkt unterzeichnet werden. „Und für eine saubere Dokumentation, die allen regulatorischen Vorgaben entspricht, haben wir eigene Softwarelösungen“, so

Strobel. Bei den Kunden komme diese Art der Fernberatung gut an, auch die Generation 65 plus habe mit dem Desktop-Sharing keine Probleme.

Strobel möchte gar nicht auf Videoberatung umstellen. „Dafür brauche ich ein extra Zimmer und eine sehr gute Kamera“, sagt er. „Wenn man das macht, dann muss man es richtig professionell machen, ich bin kein Freund von halben Sachen.“ Klar, beim Desktop-Sharing kann er die Reaktion des Gegenübers nicht sehen. „Aber wenn ein Kunde zum Beispiel länger schweigt, kann man davon ausgehen, dass er etwas nicht verstanden hat, kann nachfragen und ihn so wieder ins Boot holen“, erklärt Strobel. Dafür sei nicht unbedingt ein Video-Tool notwendig.

Kaum Corona-Konsequenzen

Das sieht Lars-Peter Eckhardt anders. Der Inhaber von LPE Versicherungsmakler & Finanzmakler aus dem brandenburgischen Woltersdorf bei Berlin hat 2014 die ersten Videoberatungen vorgenommen. „Das ist eine tolle Möglichkeit, mit Kunden, die weiter entfernt leben, in Verbindung zu bleiben und sie persönlich zu beraten“, findet er.

Und weil es so praktisch ist, setzt er diese Form der Betreuung inzwischen auch ein, wenn eine große räumliche Distanz gar nicht gegeben ist. „Meine Kunden wohnen teilweise im selben oder im benachbarten Ort“, berichtet Eckhardt, „aber weil ihre Zeit knapp ist, machen sie es sich zum Gespräch vielleicht spätabends auf der Couch bequem.“ Auch Neukunden bietet Eckhardt Videoberatung an. „Für mich hat sich durch Corona daher kaum etwas verschlechtert“, sagt er.

Keine persönlichen Termine mehr

Das Videogespräch mit Thomas Schröder nähert sich seinem Ende. Gerade hat er berichtet, wie er vor drei Jahren begonnen hat, Kunden, die umgezogen waren, per Video zu betreuen. „Das ist so viel persönlicher als am Telefon“, sagt er. Und so viel komfortabler für seine Kunden, die keinen Aufwand betreiben müssen, um zu ihm ins Büro zu kommen.

„Für mich bringt die Videoberatung ebenfalls eine enorme Zeitersparnis, da ich mir den Weg ins Büro ja auch spare“, erklärt Schröder. So schafft er pro Tag jetzt deutlich mehr Gespräche als zuvor. „Vor der Krise habe ich ausschließlich die Kunden per Video beraten, die nicht mehr in Rostock wohnen, von mir aber weiter betreut werden wollen“, sagt er. Inzwischen steht fest: „Es ist so perfekt, ohne Ausnahme die gesamte Klientel auf diese Art zu beraten, dass es dabei bleiben wird“, sagt Schröder. „Persönliche Termine werde ich künftig nur noch selten machen, und ins Büro gehe ich nur noch einen Tag pro Woche.“ Dann sagt Thomas Schröder „Auf Wiedersehen“, schließt das Beratungstool – der Test ist beendet.

Andrea Martens, Jens Bredenbals

Profi-Tipps: Was bei der Videoberatung wichtig ist

1. Technik

Für eine Videoberatung benötigen Berater natürlich einen Computer oder Laptop sowie Mikrofon und Kamera. Hier kann auch das eigene Telefon genutzt werden, wenn Berater erstmal nur ihren Bildschirm ohne Ton teilen wollen. Wichtig ist zudem eine stabile und gute Internetverbindung und eine entsprechende Software für die Videotelefonie beziehungsweise Videoberatung. Die zur Verfügung stehenden Softwarelösungen sind mittlerweile sehr ausgereift.

2. Kundenansprache

Berater sollten das Gespräch erst einmal simpel halten. So hat der Kunde die Gelegenheit, mit der für ihn vielleicht noch ungewohnten Gesprächssituation über Video warm zu werden. Wenn der Kunde den Termin selbst vereinbart hat und sich bewusst ist, dass es sich um eine Videoberatung handelt, können Berater auch wie üblich in das Gespräch starten. Beginnt die Kontaktaufnahme über den Vermittler, empfiehlt sich zunächst ein Telefonat. Hier kann sich der Berater erkundigen, welche Bedürfnisse der Kunde hat.

Die Videoberatung kann als weitere Option zur Veranschaulichung der Unterlagen angeboten werden. Besteht beim Kunde Interesse, ist es sinnvoll, die Vorgehensweise der Onlineberatung zu erklären.

3. Verhalten vor der Kamera

Es sollte keinen Unterschied zwischen dem direkten Kontakt und dem über Video geben, weder beim Outfit noch beim Verhalten. Wichtig ist die Körpersprache: Berater sollten darauf achten, offen und freundlich zu kommunizieren. Auch wenn der Kunde nur einen Ausschnitt sieht, wirkt sich eine gute Körpersprache positiv auf das Gegenüber aus. Dafür sind auch freie Hände von großer Bedeutung. Nutzen Berater ein Telefon, ist daher ein Headset sinnvoll.

4. Hintergrund und Kameraeinstellung

Keinen guten Eindruck machen ein unaufgeräumter Hintergrund und eine falsche Kameraeinstellung. Die Kamera sollte auf Augenhöhe oder etwas weiter oben eingerichtet sein. Ist die Perspektive dagegen von schräg unten, wirkt dies unprofessionell. Berater sollten zudem darauf achten, nicht vor einem Fenster zu sitzen, damit die Lichtverhältnisse stimmen.

5. Tool testen

Als Erstes steht die Entscheidung für ein passendes Tool und dessen Installation an. Im Anschluss sollte sich der Berater mit dem Tool auf jeden Fall vertraut machen und es am besten mit Freunden oder der Familie testen.

Dabei kann er auch schon mal üben, mit technischen Problemen locker umzugehen. Diese werden wahrscheinlich auch im Kundengespräch nicht ausbleiben. Da hilft es nur, souverän zu sein.

6. Schulungen

Oft werden Webinare vom Tool-Anbieter zur Verfügung gestellt. Außerdem gibt es verschiedene Coaches, die in diese Richtung schulen.

Anhang:

 [Ausgewählte Videoberatungsangebote von Maklerpools](#)

 [Funktionen ausgewählter Videoberatungs-Tools im Überblick](#)

 [Exklusiv: Maklerpoolvergleich Teil 1](#)

 [Exklusiv: Maklerpoolvergleich Teil 2](#)

 [Exklusiv: Haftungsdach-Tabelle Teil 1](#)

 [Exklusiv: Haftungsdach-Tabelle Teil 2](#)

Mit der Nutzung dieser Website stimmen Sie der Verwendung von Cookies und unserer Datenschutzerklärung