

2/2021 | Vertrieb & Praxis

## Kein Grund für üble Laune

Mehr als ein Jahr dauert die Coronakrise nun schon an. FONDS professionell wollte wissen, wie Finanzberater diese Zeit geschäftlich erlebt haben. Siehe da: Ihr Fazit fällt erstaunlich positiv aus.



Lächeln trotz Maskenpflicht, Kontaktbeschränkungen und geschlossener Geschäfte: Finanz- und Versicherungsprofis sind bisher erstaunlich gut durch die Coronakrise gekommen und haben ihre Umsätze um Teil sogar gesteigert.

© RALF GEITHE | STOCK.ADOBE.COM

Ab und zu gab es auch mal lustige Momente in diesen Monaten seit dem Beginn der Coronakrise. Paschalis Tsourakis, Divisional Manager in der Stuttgarter Repräsentanz des Finanzdienstleistungsunternehmens Tecis mit Sitz in Hannover, hat zumindest immer wieder geschmunzelt. „Einmal tauchten zum Beispiel auf meinem Bildschirm plötzlich die Eltern eines jungen Berufseinsteigers auf, mit dem ich gerade in einer Videoberatung war“, erinnert sich Tsourakis. Weil der

Sohn ihnen die Zugangsdaten geschickt hatte, schalteten sie sich vom heimischen PC aus flugs mal zu. Warum auch nicht? Schließlich war es noch nie so leicht, kurz zu prüfen, ob der Filius und sein Berater auch alles richtig machen.

Tsourakis nimmt solche Begebenheiten mit Humor. „Als die Videoberatung für manche Kunden noch Neuland war, habe ich mich oft auch amüsiert, wenn jemand seine Kamera noch nicht eingeschaltet hatte und sich offenbar ‚unbeobachtet‘ fühlte“, erzählt der Berater. Dann habe er oft ein leises Schimpfen gehört: „Mist, wo geht das Ding denn an?“ oder „Ach, wie funktioniert das jetzt noch mal?“, drang es durch den Lautsprecher an sein Ohr. „Das war irgendwie süß“, findet er.

### **Bisher gut durch die Krise**

Tsourakis hat auch ansonsten gut lachen, denn bisher ist er völlig unbeschadet durch die Krise gekommen. „Tecis war schon vor dem Ausbruch der Pandemie technisch sehr gut aufgestellt, daher konnten wir von Anfang an lückenlos arbeiten“, sagt der Berater. Da die meisten seiner Kunden zwischen 20 und 35 Jahre alt sind, kam die Videoberatung, auf die Tsourakis sofort umgestellt hat, richtig gut an.

„Die meisten wollen das auch beibehalten, wenn Corona eines Tages so weit eingedämmt ist, dass persönliche Treffen wieder möglich sind“, berichtet Tsourakis. Er selbst möchte auf den direkten Kundenkontakt aber nicht gänzlich verzichten. „Ich denke, dass ich Erstgespräche in Zukunft wieder persönlich führen werde, alle weiteren Termine können dann online stattfinden“, überlegt er.

Ähnlich wie Paschalis Tsourakis sehen es die meisten Finanz- und Versicherungsprofis, die FONDS professionell nach über einem Jahr Coronakrise gebeten hat, Bilanz zu ziehen. So sehr sie die Vorzüge der Onlineberatung auch schätzen, neue oder auch lang vertraute Kunden möchten sie in Zukunft wieder persönlich treffen. Immerhin: Trotz Lockdown-Phasen, Kontaktbeschränkungen und geschlossener Geschäfte können sie nicht über Umsatzeinbußen klagen. Im Gegenteil, in einzelnen Sparten hat ihnen der dauerhafte Ausnahmezustand sogar Zuwächse beschert.

### **Fast überall Wachstum**

„Ich habe in fast allen Geschäftsbereichen Wachstum verzeichnet“, berichtet Tecis-Divisional-Manager Paschalis Tsourakis. Einzig und allein in der betrieblichen Altersversorgung seien die Abschlüsse ein wenig zurückgegangen. Das ist verständlich, schließlich konnte so mancher Unternehmer lange Zeit überhaupt nicht absehen, ob seine Firma die Krise unbeschadet überstehen würde. In allen anderen Geschäftsbereichen kann der Berater aber nur positive Entwicklungen erkennen. Daher ist er mehr als zufrieden. „Bei mir läuft zum Glück alles rund“, erklärt Tsourakis.

Auch Claudia Heyne, Finanz- und Versicherungsvermittlerin sowie Mitgeschäftsführerin des Beratungshauses Finanzkompass aus Leipzig, will sich keinesfalls beschweren. Vor allem ist sie froh, sich nicht auf eine enge Zielgruppe oder eine bestimmte Produktparte spezialisiert zu haben. „Ich habe schon immer sehr umfassend beraten, und in der Coronakrise hat sich das auch sehr bewährt“, erklärt Heyne. Nicht auszudenken, wenn sie sich wie manche ihrer Kollegen auf eine Branche fokussiert hätte, die von Covid-19 richtig gebeutelt ist. „Dann hätte ich jetzt möglicherweise ein Problem“, sagt die Beraterin.

### **Mehr Beratungsgespräche**

Sie habe aber auch ganz einfach Glück, findet Heyne. „Viele meiner Kunden sind IT-Spezialisten, Bauunternehmer, Mediziner, Beamte oder im öffentlichen Dienst tätig“, berichtet sie. Kaum jemand aus dem Kundenkreis ist in der Gastronomie, im Messebau oder im Veranstaltungsbereich beschäftigt. „Daher habe ich keine Einbußen, und weil wir seit dem Beginn der Krise unsere technischen Gegebenheiten erweitert haben, steigt die Zahl der Beratungsgespräche sogar stetig“, berichtet Heyne.

80 Prozent ihrer Termine finden inzwischen per Videokonferenz statt, vor einem Jahr waren es lediglich zehn Prozent. „Zu Kunden nach Hause fahre ich fast überhaupt nicht mehr“, berichtet Heyne. Im Büro steht die komplette Technik zur Verfügung, und schließlich weiß sie im Voraus nicht, ob sie vielleicht in ein enges Wohnzimmer kommt, in dem nicht genügend Abstand gehalten werden kann.

Auch wenn Corona eines Tages persönliche Kundenkontakte nicht mehr beschränken wird, will die Beraterin weiterhin verstärkt online arbeiten. „Man kann Termine enger legen, die Kunden sparen sich den Weg, alles in allem ist es so viel effizienter“, findet sie. Klar, wer gern zu ihr ins Büro kommen möchte, darf das auch in Zukunft gern tun. „Aber ich werde schon versuchen, meinen Kunden die Onlineberatung schmackhaft zu machen“, sagt Claudia Heyne.

Ab und zu gab es auch mal ärgerliche Momente in diesen Monaten seit dem Beginn der Coronakrise. „Erst gestern hatte ich ein Beratungsgespräch mit einem Kunden, der seine Kamera einfach nicht eingeschaltet hat“, berichtet Marco Mahling, Inhaber des gleichnamigen Unternehmens für Finanzdienstleistungen aus München. Der Gesprächspartner war gerade erst aufgestanden, noch nicht zum Hairstyling gekommen und wollte sich so nicht zeigen.

„Eigentlich hätte ich die Beratung abrechnen sollen, denn wenn ein Kunde nicht bei der Sache ist, bringt es nichts“, findet Mahling. Und ob das Gegenüber dem Gespräch aufmerksam folgt oder nicht, lässt sich bei ausgeschalteter Kamera nun einmal schlecht erkennen. „Dann muss man Testfragen stellen, um herauszubekommen, ob der Kunde überhaupt noch am Rechner sitzt oder sich vielleicht doch gerade mal einen Kaffee macht“, sagt Mahling. Das nervt ihn an der Onlineberatung.

### **Besseres Verständnis**

„Im persönlichen Gespräch kann ich mein Gegenüber viel besser leiten, und wenn schon Vertrag und Kugelschreiber auf dem Tisch liegen, wird auch leichter ein Abschluss getätigt, als es in einer Videokonferenz der Fall ist“, so Mahlings Erfahrung. Andererseits findet auch er, dass die Onlineberatung die Arbeit deutlich effizienter macht. „Ich werde wahrscheinlich versuchen, nach der Krise zu einem Drittel persönliche Treffen mit Kunden zu vereinbaren und zwei Drittel der Gespräche per Videoschleife führen“, überlegt er.

Das ist Zukunftsmusik. Doch welches Fazit zieht Mahling aus über zwölf Monaten Arbeit in der Krise? „Ich beobachte, dass das Interesse an Berufsunfähigkeitspolice und privaten Krankenversicherungen deutlich gestiegen ist, weil die Menschen ihre Gesundheit wieder mehr zu schätzen wissen“, sagt er. Vor der Pandemie habe er oft umständlich argumentieren müssen, warum diese Produkte sinnvoll sind. „Nach den Schreckensbildern aus Bergamo stößt man da heute viel schneller auf Verständnis“, berichtet Mahling.

### **Modell hat sich bewährt**

Wie Claudia Heyne ist der Münchner Berater froh, breit aufgestellt zu sein. Zwar ist Mahling selbst auf Ruhestandsplanung, Arbeitskraftabsicherung, die private Krankenversicherung und Immobilien als Kapitalanlage spezialisiert. „Aber ich versuche immer, auch möglichst viele Aufträge aus anderen Bereichen hereinzuholen, um sie dann an die Experten aus meinem Netzwerk zu verteilen“, sagt er. In der Krise hat sich dieses Modell bewährt.

„Es wäre schon übel, wenn ich mir zum Beispiel Gastwirte oder Hoteliers als Zielgruppe herausgesucht hätte“, erklärt Mahling. Nicht nur, dass er kein Neugeschäft mehr machen würde, auch viele Bestandskunden könnten vermutlich ihre Versicherungsprämien nicht mehr zahlen – mit den bekannten Folgen für die Courtage.

Ab und zu sorgen die neuen Bedingungen, unter denen Berater und Vermittler seit dem Beginn der Coronakrise arbeiten, für Erheiterung, manchmal für bis dahin ungekannte Ärgernisse. Im Großen und

Ganzen scheint bis dato aber alles recht „normal“ geblieben zu sein. So jedenfalls beschreibt es Tino Weissenrieder.

„Ich betreue Firmen- und Privatkunden“, sagt der Geschäftsführer der W&K Wirtschaftsberatung aus Lahr. Im Firmenkundengeschäft hatte er tatsächlich zwei Ausfälle zu verzeichnen. „Ein Kunde, ein - Lackierbetrieb, hatte als Hauptauftraggeber einen großen Freizeitpark“, berichtet Weissenrieder. Da in Corona-Zeiten kein Fahrgeschäft möglich ist, hatte der Betreiber natürlich auch keine Gondeln, Karussells oder Achterbahnkabinen zu lackieren. Das traf Weissenrieders Kunden so hart, dass er Insolvenz anmelden musste. Das war's dann mit den Bestandsprovisionen aus zuvor abgeschlossenen Versicherungspolicen.

Tino Weissenrieder trägt es mit Fassung. Immerhin hat er, anders als der Firmenkunde, keine Klumpenrisiken in der Struktur seiner Klientel. „Im Privatkundengeschäft merke ich gar keine negativen Veränderungen“, berichtet der Berater. Ganz im Gegenteil: Die Nachfrage im Bereich Geldanlage und Altersvorsorge ist sogar gestiegen. „Das überrascht mich nicht“, erklärt Weissenrieder. „Wenn Menschen weniger Gelegenheiten haben, Geld auszugeben, dann möchten sie die Summen, die sich auf dem Konto ansammeln, eben sinnvoll für später zurücklegen“, sagt er. Oder in die eigenen vier Wände investieren. „Trotz der hohen Immobilienpreise hat auch die Nachfrage nach Finanzierungen für Haus- und Wohnungskäufe sowie nach Baufinanzierungen extrem angezogen“, berichtet der Berater.

Das bemerkt auch Paul-Jakob Sandler, geschäftsführender Gesellschafter des Versicherungs- und Finanzmaklers Albfinanz aus Reutlingen. „Seit Beginn der Coronakrise wurden wir mit Anfragen nach Bau- und Immobilienfinanzierungen geradezu überschüttet“, erzählt er. Kein Wunder, wer verstärkt im Homeoffice arbeitet und die Kinder von zu Hause aus beschult, erkennt schnell, wie wichtig ein Arbeitszimmer ist. Und wenn die zahlreichen Angebote, die das Leben in der Stadt bereithält, nicht mehr genutzt werden können, darf es auch gern das eigene Häuschen auf dem Land sein. Auch das Bedürfnis nach Sicherheit steigt in Zeiten, da kaum noch etwas als sicher gelten darf.

### **Erfolg mit Cyberpolicen**

„Wir sind aber auch in anderen Sparten stark gewachsen“, berichtet Sandler. Cyberversicherungen etwa stoßen seit Beginn der Coronakrise bei seinen Kunden auf ein so großes Interesse, dass Albfinanz mittlerweile eine eigene Homepage dafür eingerichtet hat. Ganze Firmen sind mit ihren Policen inzwischen komplett zu Sandler und seinen Kollegen gewechselt. „Weil es insgesamt so gut läuft, haben wir in den vergangenen Monaten drei neue Mitarbeiter eingestellt und wollen weiter aufstocken“, sagt Sandler. Zudem bereitet sich sein Unternehmen darauf vor, Bestände in der Region aufzukaufen.

Ab und zu ist es eben auch richtig gut gelaufen in diesen Monaten seit Beginn der Coronakrise. Thomas Schröder hat von den veränderten Gegebenheiten jedenfalls profitiert. Vor gut einem Jahr hat er von heute auf morgen komplett auf Videoberatung umgestellt. Und von diesem Modell ist er so begeistert, dass er es auch künftig beibehalten will. „Ich kann jederzeit ein professionelles Hintergrundbild einstellen, damit kann ich von jedem Ort aus per Video Kunden beraten“, sagt er.

Bei Schröder hat die Nachfrage nach Baufinanzierungen so stark angezogen, dass er inzwischen keine Versicherungen mehr vermittelt. Natürlich ist nicht ausgeschlossen, dass er sein Geschäftsmodell eines Tages wieder ändert. Aber vorerst sieht die Zukunft für Schröder so aus: „Nur noch Baufinanzierungen und ausschließlich Videoberatung, das ist es“, sagt er.

Kann er sich gar nicht vorstellen, den einen oder anderen Kunden irgendwann auch wieder einmal persönlich zu treffen? „Persönliche Gespräche werde ich höchstens noch in Ausnahmefällen führen“, - erklärt Schröder. „Aber ehrlich gesagt wüsste ich im Moment nicht einmal, was für Ausnahmen das sein könnten.“

**Andrea Martens**

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