



Wachstumskurs mit moderner Unternehmensstrategie

Maklerpools sollten heute nicht nur auf Digitalisierung und Produkte vertrauen, meint die KAB Maklerservice GmbH. Ihre Strategie baut auf zwei Ansätzen auf: Der eine steht für die Pflicht, der andere für die Kür.

Es gibt sehr viele Themen, die den Makler heutzutage beschäftigen und die gleichermaßen sein Geschäftsmodell tangieren. Und wenn man an die Entwicklung der letzten fünf Jahre bis heute denkt, scheint es vermessen, heute einen Ausblick auf die nächsten Jahre geben zu wollen. Alles scheint sich zu ändern durch Digitalisierung, gesetzliche Rahmenbedingungen, Apps, FinTechs, InsurTechs und RoboTechs. Auch die Aktivitäten von Google, Amazon und CHECK24 werden sich stark weiterentwickeln und den Markt verändern. Und zum Wandel tragen nicht zuletzt die gestiegenen und geänderten Kundenanforderungen an Makler, was Marktübersicht, einfache und umfassende Produkte, Schnelligkeit und Erreichbarkeit angeht, bei.

Auswirkungen auf Maklerpools

Was bedeuten diese Veränderungen für ein Unternehmen wie die KAB mit mehr als 2.200 Maklerpartnern? Zwei wesentliche unternehmerische Ansätze gibt es an dieser Stelle – die KAB unterscheidet dabei zwischen der Pflicht und der Kür: Zum einen gibt es den großen Bereich der Pflichtaufgaben eines Maklerpools wie etwa gute Produkte, Rahmenvereinbarungen, moderne digitalisierte Abwicklung, Erreichbarkeit und ein passendes Maklerverwaltungsprogramm. Es gibt aber auch die unternehmerische Seite, die auf die erfolgreiche Weiterentwicklung eines Maklerpools wie KAB wirkt. So ist im Rahmen eines ständigen Change-Prozesses auch laufend eine Überprüfung des eigenen Unternehmensbildes notwendig: Die KAB lässt jährlich ein Audit der Geschäftsleitung und eine

umfangreiche Partnerbefragung mit dem renommierten Beratungshaus ServiceValue durchführen, um sich regelmäßig dem Blick von außen zu stellen.

Die Pflicht als notwendige Basis eines Maklerpools

Exklusive Produkte und langfristig stabile Konzepte

Die KAB hat schon immer ihre Kernkompetenz in der Entwicklung von hochwertigen Konzepten und Rahmenvereinbarungen im Bereich Sach/Komposit gesehen. So wird das Unternehmen auch von den Maklerkollegen wahrgenommen.

Gerade die exklusiv ausgehandelten Konzepte in den Sparten Sach/Haftpflicht und Kfz waren die Treiber des Wachstums. Damit ist die KAB organisch stark gewachsen und nicht etwa durch Fusionen oder Bestandskäufe. Mit einer konsequenten Annahmeprüfung ist es gelungen, Risikoträger davon zu überzeugen, mit flexiblen Nachlässen bei gleichzeitiger Veredelung auf eine langfristige Tragfähigkeit eines Konzeptes zu vertrauen. Dies bedeutet für die KAB-Maklerpartner eine nachhaltige Produktzuverlässigkeit mit hohen Courtagen und günstigen Beiträgen. Diese Stabilität der speziellen Vereinbarungen wird von den Maklern geschätzt und in den jährlichen Partnerbefragungen positiv gewertet.

Digitalisierte Prozesse

Neben Produkten und Konzepten gehört auch das Maklerverwaltungsprogramm „KAB Makleroffice“ zur Pflichtübung. Schlanke Prozesse in den Datenströmen zwischen Makler, Pooler und Versicherer sind kein USP eines Maklerpools: Dies setzt ein Makler voraus.

Die zwei Seiten des Strategieansatzes der KAB Maklerservice



Die Kombination aus Pflicht und Kür soll zum unternehmerischen Erfolg führen.

Quelle: KAB Maklerservice GmbH

Wie trägt die Kür zur unternehmerischen Entwicklung bei?

Der zweite Ansatz, die Kür, ist von besonderer Bedeutung. Hier geht es darum, wie sich KAB unternehmerisch weiterentwickelt. Für diese perspektivische Ausrichtung steht dann auch ein bedeutsames Budget zur Verfügung.

Externe Beratung stärkt Know-how

In unternehmerischen Fragestellungen lässt sich die KAB durch ein Consultinghaus beraten. Denn der Glaube, alles aus der Praxis heraus für die Praxis zu wissen, führt nur zu einem „Tunnelblick“, der keinen Impuls für einen laufenden Change-Prozess auslöst.

Verfahren zur Unternehmensprüfung

Im Rahmen eines jährlichen Audit-Verfahrens mit dem Beratungsunternehmen ServiceValue stellt sich die Geschäftsführung den kritischen Fragestellungen des Institutes. Mit Erfolg: So hat KAB das höchste Prädikat „sehr empfehlenswert“ erhalten, was auch jährlich bestätigt wird.

Jährliche Befragung der über 2.200 Maklerpartner

Der entscheidende Motor des Change-Prozesses ist die umfangreiche, jährlich stattfindende Partnerbefragung. Hieraus ergibt sich das Feedback zu Serviceverhalten, Image, Produkten, Servicewerten, Schnelligkeit, Erreichbarkeit, Verlässlichkeit, Digitalisierung, Maklerbindungswerten, Mitarbeitern und Geschäftsführung. Da die 32 KAB-Mitarbeiter diese Befragung ebenfalls „aus Maklersicht“ durchführen, ergeben sich sehr interessante Ergebnisse und Anregungen im Vergleich zu den Einschätzungen der Maklerpartner. In einer Mitarbeitertagung werden die Ergebnisse von Dr. Dethloff von ServiceValue präsentiert und diskutiert. Wertvolle Anregungen, Lob, aber auch Kritik kommen aus der Beantwortung der offenen Fragestellungen.

Neben der positiven Wahrnehmung vonseiten der Partner, dass „sich die KAB stellt“, zeigen auch die hohen Teilnehmerquoten von rund 35%, dass die Maklerpartner den Change-Gedanken annehmen und zur weiteren Verbesserung von KAB beitragen wollen.

Bundesweite Partnermeetings als Ideen-Treiber

Die KAB führt bewusst keine Zentralveranstaltungen mit dem Sponsoring von Produktgebern durch. Das Unternehmen geht bundesweit in die Regionen, wo die Maklerpartner ansässig sind, und lädt zu speziellen Themen Versicherer ein. Praxisthemen, Erfahrungsaustausch und Netzwerke schaffen, das steht dabei im Vordergrund. Die Antworten der jährlichen Partnerbefragung bestärken diesen Weg.

Partner setzen Fokus auf Gewerbe

Nicht nur die Partnerbefragung und die Partnermeetings zeigen einen besonderen Unterstützungswunsch der KAB-Maklerpartner im Gewerbebereich. Die Makler haben in dieser Zielgruppe nicht nur die Gefahr durch Mitbewerber erkannt, sondern insbesondere das Wachstumspotenzial. Die KAB hat darauf bereits vor einem Jahr reagiert und die neue Position des Firmenberaters mit einem Experten besetzt. Dieser berät nicht nur in speziellen Fällen „on call“, sondern unterstützt den Makler in wichtigen Gewerbebefragen oder Cross-Selling-Themenstellungen auch vor Ort. Dies wird sehr gern in Anspruch genommen. Die Praxis zeigt, dass der Makler dies auch zur Schulung und Weiterbildung seiner Mitarbeiter in der Sparte Gewerbe nutzt.

Zur weiteren stärkeren Ausrichtung auf Gewerbe wurden im KAB Makleroffice das Vergleichsprogramm „Gewerbeversicherung24“ integriert und die entsprechenden Schnittstellen für eine schlanke Verarbeitung geschaffen. Diese auch von den Maklerpartnern gewünschte Fokussierung auf Gewerbe hat KAB also gern aufgenommen und umgesetzt. So wurde das Gewerbeergebnis von 2017 bereits im August 2018 erreicht.

Kür versus Pflicht

Die bisherigen Erfahrungen und die guten Wachstumsergebnisse, die ohne Bestandszukäufe erzielt wurden, zeigen, dass die KAB auf dem richtigen Weg ist. So wird das Unternehmen weiter in die notwendigen Pflichtaufgaben investieren und innovativ sein. Beim Ausblick auf die nächsten Jahre jedoch sind die dynamischen Prozesse im Maklermarkt kaum vorherzusehen. Die KAB wird daher weiter die immer kürzeren Change-Phasen im Rahmen der Kür mit hohen Investitionen ausstatten und diesen für weiteres Wachstum richtigen Weg weitergehen. ■



Von Volker Kropp,
Geschäftsführer der KAB Maklerservice GmbH