

## **AssCompact-Kurzinterview zur Entwicklung der österreichischen Versicherungsmakler mit Gunther Riedlsperger, Bundesobmann des Fachverbandes der Versicherungsmakler:**



**AssCompact:** *Herr Riedlsperger, Sie sagen, dass der Marktanteil der österreichischen Versicherungsmakler in den letzten 2 Jahren stark gestiegen ist. Worauf führen Sie das zurück?*

**Gunther Riedlsperger:** Die Versicherungsmakler sind bei den Österreichern zunehmend bekannter und nun wird offensichtlich bereits jetzt rationaler entschieden. Die Leistungs- und Preisunterschiede sind ja beträchtlich und da entscheiden sich Herr und Frau Österreicher eben zunehmend dafür, das private Versicherungsmanagement in Expertenhand zu legen. Die Industrie macht das schon lange, die KMUs zu zwei Dritteln und die Privatkunden treffen ihre Entscheidungen immer professioneller. Es führt kein Weg an uns vorbei.

**AC:** *Was ist Ihrer Ansicht nach realistisch, welche Marktanteile können mittelfristig von den Versicherungsmaklern noch erreicht werden?*

**GR:** Ich bin fest davon überzeugt, dass wir es schaffen können, auch im Privatkundensegment die 50%-Marke zu überspringen. Das bedarf aber noch einer weiteren Professionalisierung innerhalb der Maklerschaft und viel Investition in Marketing - branchenweit und individuell. Vor allem: Wir tun täglich so viel Gutes an der Kundschaft - reden wir darüber!

**AC:** *Geht das in den bestehenden Strukturen oder ist dazu auch ein Umdenken der Maklerschaft nötig?*

**GR:** Wir leben in einem dauernden Umdenkprozess. Im Mittelpunkt all dieses Denkens muss der Kunde und seine Bedürfnisse stehen. Wenn wir das machen, schaffen wir es.

**AC:** *Ab April 2008 startet die neue Werbekampagne inklusive Fernsehwerbung. Wie können nun die einzelnen Versicherungsmaklerbetriebe darauf reagieren, um optimal von dieser Kampagne zu profitieren?*

**GR:** Für diese Frage bin ich sehr dankbar. Ich sehe folgende Vorteile:

- Sich mit der Wort-Bild-Marke identifizieren - also vor Ort im Kunden- und Interessentenkreis sagen: Ja, wir sind Versicherungsmakler, die Experten in Versicherungsfragen.
- Die eigenen Werbebotschaften mit der gemeinsamen Wort-Bild-Marke "Ihr Versicherungsmakler - die beste Versicherung !" in Zusammenhang bringen und auf die Monate April und Oktober konzentrieren. Das ergibt den positiven Multiplikationseffekt.
- Die potenzielle Kundschaft anschreiben, auf die Kampagne und unsere Leistungen hinweisen. Wie mir vor kurzem ein sehr erfolgreicher Kollege im Privatkundengeschäft gesagt hat, ist sein bestes Verkaufsargument der § 28 des Maklergesetzes - unser gesetzlicher Auftrag. Die Kunden wissen das nicht - Informieren wir sie davon!

**AC:** Wir danken Ihnen für das Gespräch!