

VersicherungsJournal.de

Nachricht aus Unternehmen & Personen vom 27.10.2020

Wie ein Makler erfolgreich im Corona-Modus arbeitet

Auf der DKM referierte Michael Richthammer über den Digitalisierungsschub, den die Pandemie in seinem Unternehmen ausgelöst hat. Im Homeoffice wird mehr gearbeitet. Voraussetzungen sind Vertrauen, Erfolgsbeteiligung und ein gutes Verhältnis zwischen Vorgesetztem und Mitarbeiter. Für die Umstellung von offline auf online gibt es keinen Masterplan, sondern nur individuelle Entscheidungen. Vorteil von Homeoffice ist unter anderem die Bürokosteneinsparung, größtes Risiko das schwindende Wir-Gefühl.

„Corona hat uns einen kräftigen Schub gegeben“, fasste Michael Richthammer, Geschäftsführer der Richthammer Versicherungsmakler GmbH & Co. KG (<https://www.richthammer.de/>), seine Erfahrungen des letzten halben Jahres zusammen. Er sprach am Montag als Referent auf der virtuellen Messe DKM (<http://www.die-leitmesse.de/>). Seit 1986 selbstständig, beschäftigt er aktuell 37 Mitarbeiter. Acht davon waren beziehungsweise sind von Covid-19 betroffen.

Zuhause passiert mehr



Michael Richthammer (Bild: Richthammer)

Seit 16. März wird im Corona-Modus gearbeitet. Statt Homeoffice bevorzugt Richthammer die Bezeichnung „mobiles Arbeiten“, denn die Anforderungen an die Ausstattung von Heimarbeitsplätzen konnten auch bei ihm nicht überall sofort erfüllt werden. Seit der Krise sind „alle Mitarbeiter voll dabei“. Gab es dagegen Widerstände, so haben sie sich aufgelöst.

Der Makler kann aus eigener Erfahrung diejenigen Untersuchungen bestätigen, die zu dem Schluss kommen: Im Homeoffice wird tendenziell mehr, länger oder intensiver gearbeitet statt weniger. Sein Erfolgsrezept: Vertrauen.

Zudem werden seine Mitarbeiter am Erfolg finanziell beteiligt. Regelmäßige Gespräche über Ziele, Strategie, Projekte und so weiter motivieren zusätzlich. Eine unerlässliche Voraussetzung, damit es klappt: Ein vernünftiges Verhältnis zu den Mitarbeitern. So zahlt sich

in der Krise aus, was über Jahre oder sogar Jahrzehnte in Personalführung und Kommunikation investiert worden ist.

Corona sorgt für digitale Fortschritte

Auch die Erkenntnis, dass die Pandemie die Digitalisierung beschleunigt, kann Richthammer praktisch bestätigen. Schneller als gedacht, wurden alle Prozesse auf den Prüfstand gestellt. Doch wie kann ein offline etablierter Makler online vorankommen? „Es gibt keinen Masterplan.“ Seine Empfehlung: Neues tun, Altes nicht lassen.

Sein Unternehmen ist auf Facebook unterwegs und jetzt auch bei Instagram. Aber über seinen Blog wurde kein einziger Neukunde gewonnen. Dagegen genießt die Kundenzeitung, die noch auf Papier gedruckt wird, hohe Aufmerksamkeit: „Das werden wir auch in den nächsten Jahren nicht einstellen.“

Seiner Meinung nach genügt es zu wissen, was es unter dem Stichwort Social Media alles gibt. Man müsse aber nicht überall dabei sein, da man sich sonst verliere. Es gelte, individuell zu entscheiden und die gewählten Möglichkeiten Stück für Stück umzusetzen. Wichtig sei zudem, dass solche Kanäle von Mitarbeitern betreut würden, die Spaß daran hätten.

Maximal digital mit den Versicherern und analog mit Kunden, die besonderen Wert darauf legen.

Homeoffice spart Kosten und schont die Umwelt

„Maximal digital mit den Versicherern und analog mit Kunden, die besonderen Wert darauf legen“, ist der Kern der Strategie. Corona hat Schwung in die Kommunikation mit Kunden via Bildschirm gebracht. Videokonferenzen mit Mitarbeitern gehören inzwischen zum Alltag.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Kosten für Büroflächen können eingespart oder zumindest konstant gehalten werden. Das Raum- und Parkplatzangebot steigt. Wer nicht mit dem Auto ins Büro fährt, verbessert die CO2-Bilanz. Mehr persönliche Distanz verringert die Ansteckungsgefahr, nicht nur bei dieser Pandemie.

Corona erfordert Improvisations- und Organisationstalent

Von einer Minute auf die nächste alle Mitarbeiter Zuhause – das erfordert Improvisationstalent. Engpässe gab es bei der Laptopbeschaffung. Zwischenzeitlich hatte sich der Preis verdreifacht. Da und dort war es schwierig, Sticks, Druckerpatronen oder -papier zu bekommen. Bei Richthammer sorgte die ältere Telefonanlage für erhebliche zusätzliche Kosten für Rufumleitungen.

Zu Beginn verlangsamte sich der Informationsfluss. Und wie die interne Postverteilung regeln? – Alles wird seitdem eingescannt. Sorgsamer geplant werden muss die Bürobesetzung.

Am problematischsten ist jedoch bis heute, dass das Wir-Gefühl leidet. Keine gemeinsamen Geburtstagsfeiern, Betriebsfeste oder ein Plausch in kleinem Kreis. Das hinterlässt Spuren.

Relativ sichere Arbeitsplätze, aber schnellerer Vermittlerschwund

Im Vergleich mit anderen Branchen, wie Touristik oder Einzelhandel, wird die Versicherungswirtschaft die Coronakrise sicherlich relativ gut überstehen. Richthammer geht aber davon aus, dass sich die Anzahl der Vermittler schneller verringert als prognostiziert. Deshalb sei es wichtig, die Strategie zu überprüfen und gegebenenfalls neu auszurichten.

Nach Corona könnte sich zudem eine neue, nie da gewesene Frage stellen: Wie locke ich meine Mitarbeiter wieder zurück ins Büro? Für Richthammer ist dies kein Thema. Mit kreativen Arbeitsbedingungen, zum Beispiel Projektarbeit, einem attraktiven Arbeitsumfeld, flexiblen Arbeitszeitmodellen sowie Förder- und Nachwuchsprogrammen intensiviert er die Mitarbeiterbindung.

Eva-Bettina Ullrich (evabettina.ullrich@t-online.de)

Das VersicherungsJournal ist urheberrechtlich geschützt. Das bedeutet für Sie als Leserin bzw. Leser: Die Inhalte sind ausschließlich zu Ihrer persönlichen Information bestimmt. Für den kommerziellen Gebrauch müssen Sie bitte unsere ausdrückliche Genehmigung einholen. Unzulässig ist es, Inhalte ohne unsere Zustimmung gewerbsmäßig zu nutzen, zu verändern und zu veröffentlichen.

Kurz-URL: <http://vjournal.de/-140239>