

Qualität von Maklerwebseiten

„Viele Internetauftritte von Maklern schaden eher dem Image“

Ernst Litfaß – Erfinder der Litfaß-Säule – wurde reich mit seiner Idee, Werbeplakate gut sichtbar an zentralen Plätzen auf eine Säule zu kleben. Auch Makler wollen mit ihrem Auftritt im World Wide Web für sich werben und damit letztendlich Geld verdienen. Aber: Die Qualität vieler Makler-Webseiten lässt zu wünschen übrig, meint Unternehmensberater Peter Schmidt. In seinem Gastbeitrag gibt er Tipps, wie Makler es besser machen können.

Die erste Litfaßsäule war schon eine Sensation. In der Berliner Münzstraße soll sie gestanden haben. Informationen und Werbung für Konzerte und Annoncen, später auch für amtliche Depeschen. Heute finden wir viele Litfaßsäulen im Internet wieder. Aber den Weitblick des damaligen Erfinders lassen diese vermissen.

Der Erfinder der nach ihm benannten Säule, Ernst Litfaß, hatte schnell erkannt, was Werbung an zentralen Plätzen bewirken kann. Tausende von Menschen konnten auf dem Weg zur Arbeit oder nach Hause die „Reklame“ sehen, die zum Einkauf einlud.

Vor 20 Jahren begannen die Litfaßsäulen ins World Wide Web umzuziehen. Inzwischen haben vier von fünf Unternehmen in Deutschland so eine eigene Litfaßsäule im Internet, darunter auch alle Versicherer und auch viele Vermittler. Aber nicht jede dieser Litfaßsäulen der Makler ist bunt beklebt und lädt zum Einkaufen ein. Nicht jede dieser Seiten ist so gestaltet, dass Kunden sie gerne ansehen. Nicht jede dieser Seiten hilft dem Unternehmen, sich für die Zukunft richtig aufzustellen.

Nicht interessant, nicht nützlich, nicht schön

Es ist schon erschütternd, was das Auge des Kunden oder des Beraters auf manchen „Litfaßsäulen“ von Versicherungs- und Finanzberatern zu sehen bekommt. Beziehungsweise eben auch nicht.

Nicht wenige Makler schreiben die eigenen Ansprüche ans Maklersein ganz groß. „Unabhängigkeit“, „auf der Seite des Kunden“ oder „Dienstleister für meine Kunden“ sind einige dieser Aussagen. Aber praktisch finden diese Ansprüche auf der Homepage selten ihren adäquaten Niederschlag, wie wir oft als Resümee [unserer Homepage-Checks](#) Maklern als Prüfergebnis mitteilen müssen.

Endlose Abbildungen von Logos von Versicherungsgesellschaften, Listen von Produkten, die der Kunde (theoretisch) kaufen kann, nichtssagende Menüpunkte, fehlende aktuelle Informationen und Meldungen und nur schwer zu findende Kontaktdaten gehören zu den immer wieder fest- zustellenden Mängeln auf den Webseiten von Vermittlern.

Der Pfefferminzia Newsletter - für Versicherungsprofis

www.pfefferminzia.de

Makler, die ins Zentrum ihrer Homepage einen Onlinerechner oder seitenlange Ausführungen zu Details gewerblicher Versicherungen stellen, sind zu fragen, ob damit wirklich das Besondere der eigenen Firma richtig dargestellt wird. Ich bin der Meinung: nein. Und von der grafischen Gestaltung reden wir lieber in vielen Fällen gar nicht erst, denn über Geschmack kann man ja bekanntlich streiten. Aber ehrlich, ein tiefgrüner oder dunkelgrauer Homepagehintergrund tut dem Auge einfach weh.

Resümee: Viele Internetauftritte von Maklern schaden eher dem Image als dass diese ein nützliches Bindeglied zum Kunden sind.

Die Litfaßsäule soll helfen, Geld zu verdienen

Zur Erinnerung: Die Annonciersäulen von Ernst Litfaß machten diesen reich. Wenn die heutigen Litfaßsäulen wenigstens einen Beitrag zum geschäftlichen Erfolg eines Vermittlerbüros leisten sollen, dann müssen diese so gestaltet werden, wie Kunden heute ticken.

Dafür ist ein professioneller Blick auf die aktuelle Page der erste Schritt. Makler sollten sich das Feedback von Kunden oder Profis holen. Eine handgestrickte Homepage wird anspruchsvolle Kunden nicht begeistern. Heute ist eine ansprechende und professionelle Gestaltung einfach ein Muss.

Einzelne Videoclips, Animationen oder auch Vergleichsrechner sind schon der richtige Weg. Betriebswirtschaftlich erfolgreich wird das Ganze aber erst, wenn diese Formen der Information und Beratung verbunden werden.

Wie kann man sich das vorstellen?

Jeder Makler hat Kunden, die noch keine private Haftpflichtversicherung haben. Hat diese Maklerfirma die E-Mail-Adressen dieser Kunden, kann eine Mail diese Kunden über einen konkreten Schadenfall informieren. In diese Mail wird ein Link zu einem Erklärvideo eingebunden. Der Kunde wird beispielsweise auf die Seite „Aktuelles“ geführt; diesmal mit dem Thema „Risiko private Haftung gegenüber Dritten“.

Nach einer kurzen Erklärung des Sachverhaltes kann der Kunde ein kurzes Video ansehen, welches ihm verständlich das Thema erklärt. Danach hat er die Wahl, einen Beratungstermin zu vereinbaren oder direkt online eine Private Haftpflichtversicherung abzuschließen, die der Makler zum Abschluss empfiehlt.

Komplexe Lösungen vom Content-Marketing bis Abschluss

Einzellösungen für die genannten Elemente einer erfolgreichen Homepage finden sich im Markt zahlreich. Etwas dünner sehen dann schon die Angebote für komplexe Lösungen aus, die den Endkunden im Fokus haben.

Ein nützliches Angebot für Makler ist beispielsweise die [Verbindung von Kundeninformations-Videos und Berechnung eines Vergleichsangebotes](#) beim Maklerpool blau direkt. Der Lübecker Servicedienstleister für Makler bietet solche Kundenvideos für die Privathaft-, Hunde- und Pferdehalterhaftpflichtversicherung an.

Makler, die an einer komplexen Gesamtlösung interessiert sind, dürfte auch das [Angebot der Tigon AG](#) interessieren, die eine Maklerhomepage nicht nur zu einer Litfaßsäule im Web macht, sondern dem Makler einen ganzen Marktplatz für Kunden anbietet.

Tigon bietet Maklern die kompletten Instrumente vom E-Mail-Marketing, Online-Beratung und -abschluss für Kunden bis hin zur Einbindung von verschiedenen Vergleichsprogrammen von blau direkt bis [Innosystems](#) an. Die Homepage kann so zum Dreh- und Angelpunkt des Maklers werden. Gewissermaßen eine drehende Litfaßsäule, die das Geldverdienen unterstützt.

Positiver Nebeneffekt des Tigon-Konzepts: Online-Abschlüsse der Kunden führen gleichzeitig zu einer stärkeren Digitalisierung der Vertrags- und Kundendaten im eingebundenen Kundenverwaltungsprogramm. Und damit bekämpfen Makler auch [einen wesentlichen Preissenker](#) für den Wert des eigenen Kundenbestandes oder der eigenen Maklerfirma.

Fazit

Bestimmt nutzen viele unter unseren Lesern den Blick auf die Homepage eines Anbieters auch für den ersten Eindruck, für die ersten Informationen zum Servicedienstleister. Wenn dieser erste Eindruck nicht stimmt, dann wird aus einer dauerhaften Kundenbeziehung oder einem Kauf erst gar nichts.

Wenn eine Homepage einen strategischen und wirtschaftlichen Beitrag zum effizienten Maklerbüro leisten soll, dann kommen Makler um einen professionellen Partner für die Gestaltung der eigenen Litfaßsäule im Web nicht herum. Inzellösungen bringen nicht weiter.

Gerade in unserer sensiblen Branche der Versicherungen und Finanzen sind aktuelle Informationen, Möglichkeiten des Vergleichens und auch des zeitsparenden Kaufs von Produkten für Kunden ein Teil

des Mehrwertes, der die persönliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit fördern kann.

Dieser Artikel erschien am **02.07.2015** unter folgendem Link:

<http://www.pfefferminzia.de/qualitaet-von-maklerwebseiten-viele-internetauftritte-von-maklern-schaden-eher-dem-image-1435816208/>