



# Das Team macht den Unterschied

## Neue Wege in der Versicherungsbranche

von Georg Lutz

*Ein glaubwürdiger Weg zu einem neuen Brand bedarf mehr als ein neues Kleid durch einen Namenswechsel. Es geht um den Ausdruck für ein neues Verständnis von Qualität und Reputation, in diesem Fall im Finanzvertrieb. Wir begleiteten «Innova Life» auf ihrem Weg zur neuen Unternehmensphilosophie von «i.l. team ag».*

**D**er durch die Finanzkrise beschleunigte Strukturwandel in der Finanzbranche betrifft auch die unabhängigen Vermittler. Vorbei sind die Zeiten des schnellen Verkaufens. Wer heute langfristigen Erfolg haben will, muss bedingungslos auf Qualität in der Beratung und Servicekompetenz setzen. Aus volkswirtschaftlicher Sicht kommt den Finanzintermediären eine Schlüsselfunktion zu. Im unüberschaubaren Meer der Anbieter schaffen sie für den Kunden Transparenz. Sie sind das Bindeglied zwischen dem Kunden und dem Angebot. Aus Ihrer Unabhängigkeit heraus bieten sie die jeweils passende Lösung an.

### Reputation und Markenführung

Aufgrund ihrer wichtigen Vertrauensfunktion müssen die Vermittler im Sinne der «relevanten Differenzierung» strategisch verstärkt an ihrer Unternehmensidentität und -kultur arbeiten. Vorbei sind die Zeiten der Vertriebe, die auf Ge- und Verderb Finanzprodukte an den Mann bringen. Statt «verkaufen» steht «beraten und mit dem Kunden wachsen» im Zentrum. Nur, wie setzt man solche Schlagwörter und Slogans in der Praxis, möglichst noch einigermaßen kosten-

günstig um? Ich begleitete Bernhard Bauhofer, den Gründer von Sparring Partners und Experte im Reputationsmanagement bei seiner Arbeit.

Zunächst gilt es beim Kunden seine Veränderungswünsche in eine Grundlage für das neue Brand zu verwandeln. «Der schwierige Ausgangspunkt ist das oft schlechte Image der Branche. Die Branche hat in der Vergangenheit viele Fehler gemacht, die zu einer schlechten Reputation geführt haben», betont Bernhard Bauhofer. «Wir haben aus den Fehlern gelernt und arbeiten systematisch an einer nachhaltigen Kundenbeziehung. Für uns sind zufriedene Kunden, die uns weiterempfehlen, das oberste Ziel», sagt Darko Milincic, CEO der i.l. team ag, die Anfang 2010 durch eine Namensänderung aus Innova Life entstanden war.

### Das «Wir» im Zentrum der Unternehmenskultur

Die Gründe für den Namenswechsel waren vielfältig: Das Unternehmen hat sich in den letzten zwei Jahren in der Deutschschweiz schnell zu einem ernstzunehmenden Mitbewerber entwickelt. Daraus erwuchs für das Unternehmen

eine potenzielle Verwechslungsgefahr mit anderen Anbietern in der Branche, deren Markennamen das generische «Innova» enthalten.

In einer Stärken/Schwächenanalyse gegenüber Mitbewerbern hat das junge Unternehmen festgestellt, dass das «Team» seine eigentliche Stärke ist.

Die Unternehmenskultur und -philosophie ist auf einem starken Team-Approach aufgebaut. Bei i.l. team steht das Team, das aus komplexeren Kompetenzen gewachsen ist, vor dem einzelnen Berater. Bei i.l. team gibt es keinen Starberater-Kult, der Wert des Unternehmens ist langfristig auf ein Team mit motivierten vielseitig qualifizierten Beratern breit abgestützt.

Der neu entwickelte Markenname i.l. team sichert eine klare Eigenständigkeit und Differenzierung von der Konkurrenz und kommuniziert die Teamphilosophie des Unternehmens.

i.l. – steht für «individuelle Lösungen.» Es kann auch als Kürzel von Innova Life verstanden werden und ist so die Verbindung zu den Wurzeln des Unternehmens und sichert Kontinuität.

i – steht für «intelligent», «individuell», «innovativ», «Ideen» und im Hinblick auf das Wachstum über die Grenzen der Schweiz für «international»

l – steht für «Leben», «Lifestyle» und «Leidenschaft», für die Arbeit und den Einsatz im Erreichen der Vorsorgeziele der Kunden.

Der Name ist Programm; i.l. team lebt täglich den Teamgedanken in den Beziehungen im und ausserhalb des Unternehmens in seinen unterschiedlichen Facetten:

### 1. Berater – Kollegen

Bei i.l. team ag steht das Team und nicht nur wie bei vielen Konkurrenten der Einzelberater im Zentrum. Vom Erfolg des Teams profitiert jeder Einzelne, denn das Ausschöpfen der komplementären Kompetenzen sichert ein optimales Beratungsergebnis für den Kunden.

### 2. Berater – Vorgesetzte

Der Berater kann sich auf den Teamleiter voll verlassen. Dieser stärkt ihm den Rücken durch seine Führungsstärke, Qualifikationen und seine langjährigen Erfahrungen.

### 3. Berater – Mitarbeiter

Der Berater befähigt seine Mitarbeiter, führt sie und lässt ihnen gleichzeitig einen grossen Freiraum in der Entwicklung der fachlichen und persönlichen Qualifikationen.

### Nach der Beratung ist vor der Beratung

Auch mit ihren Kunden strebt i.l. team eine langfristige Teambeziehung an. Über die Zeit hinweg wächst so das Vertrauen. Die Berater der i.l. team ag zeichnen sich durch eine hohe Kundennähe und einen hohen Grad der Serviceorientierung und Problemlösung aus.

Im Zuge des Namenswechsels investierte das Unternehmen viel Zeit und Ressourcen in reputationsbildende Massnahmen, wie Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter und Qualitätssicherung. Das ganze Unternehmen hat grosse Anstrengungen hin zu Qualität und Kundenservice unternommen. Darüber hinaus wurde ein Kundencenter aufgebaut, das die Kunden nach der Beratung betreut und einen Komplettservice bietet. Dieser Kraftakt führt zu einer neuen Unternehmenskultur, in der die Beratung der Kern der Wertschöpfung ist.

Im vierstufigen Beratungsansatz steht der Kunde mit seinen Lebenssituationen im Zentrum.

### Phase 1 «Beratung»:

Neben dem Kennenlernen des Kunden steht die Lebensphasenanalyse im Fokus, welche die individuellen Ziele und Wünsche des Kunden berücksichtigt. Eine Verkaufsmappe hilft dem i.l. team-Berater das Beratungsgespräch zu strukturieren und zielgerichtet zu führen.

### Phase 2 «Umsetzung»:

Im Zentrum dieser Phase steht der Aufbau eines Vertrauensverhältnisses durch hohe Kompetenz und Servicequalität sowie termingerechtes, diszipliniertes Arbeiten. Von Beratern eingereichte Anträge werden im Servicezentrum schnell und speditiv bearbeitet.

### Phase 3 «Service-Phase»:

In der laufenden Betreuungsphase werden die Bedürfnisse mit den Vorsorgelösungen abgeglichen. Als «Powertool» hilft der i.l. team-Kundenordner dem Berater die individuelle Kundenbeziehung zu strukturieren und zu organisieren.

### Phase 4 «Betreuungsphase»:

Diese Phase ist geprägt durch Wachstum der Kundenbeziehung. Aus dem obersten Ziel «zufriedene Kunden» sollen Weiterempfehlungen und Folgegeschäfte resultieren.

Voraussetzung für eine konstant hochstehende Dienstleistungsqualität ist neben der Arbeit im Team die hohe Kompetenz jedes einzelnen Mitarbeiters. Über die Zeit werden die Mitarbeiter stufenweise an das hohe Niveau der Beratung herangeführt.

### Basisausbildung (BA):

Diese Ausbildung besteht aus vier Seminarblöcken und wird begleitet durch Workshops mit dem Team, durch Wochenmeetings und persönliche Gespräche mit dem direkten Coach. Das Ziel ist es, den neuen i.l. team-Mitarbeitern die wichtigsten Basiskennnisse und -fähigkeiten zu vermitteln. Dazu gehören Markt- und Produktkennnisse genauso wie das Wissen über das Sozialsystem der Schweiz, Kommunikationsfähigkeiten, die Fähigkeit der Selbstorganisation und der Umgang mit den Menschen.

### Profiausbildung (PA):

Hier wird das in der Basisausbildung erworbene Wissen systematisch aufgebaut und vertieft. Das Ziel ist es, jedes Teammitglied zu befähigen, selbstständig Kunden zu beraten und dabei den Qualitätsansprüchen der i.l. team ag gerecht zu werden. Der berufsbegleitende Prozess stellt sicher, dass das Wissen in internen und externen Seminaren immer wieder aufgefrischt wird. Die

Mitarbeiter werden durch erfahrene Teammitglieder gecoacht und erhalten laufend aktuelle Informationen zum Markt und über die Produkte des Finanzdienstleistungssektors.

### Führungsausbildung (FA):

Hier lernen die i.l. team-Mitglieder, sich und andere zu führen. Die Führungsausbildung ist wiederum systematisch aufgebaut und holt den jungen Profi dort ab, wo er steht. Zunächst werden Basiskennnisse und -fähigkeiten vermittelt. Darauf aufbauend wird das Wissen vertieft und durch Trainings und Coachings die Fähigkeiten zu Führungsstärken ausgebaut.

### Managementausbildung (MA):

Der letzte Teil rundet die Gesamtausbildung ab und krönt diese gewissermassen. An dieser Top-Ausbildung nehmen i.l. team-Mitglieder teil, die zum einen die Ausbildung komplett durchlaufen haben und zum anderen grosse Erfahrungen im Unternehmen sammeln konnten. Die erfolgreichsten Manager werden als Führungsteam für das Unternehmen ausgebildet. Je nach Bedarf werden Individualcoachings durchgeführt und Seminare gebucht, die darauf abzielen, die individuellen Stärken weiter auszubauen. Unternehmertum, Verantwortung und Entwicklungskompetenzen stehen im Mittelpunkt.

Der systematische, vierstufige Beratungsansatz verbunden mit einer fundierten Aus- und Fortbildung sichert den langfristigen Erfolg von i.l. team und die Entwicklung von dauerhaften und profitablen Kundenbeziehungen.

### Fazit

Wie beurteilt abschliessend der Reputationsexperte die Entwicklung in der Branche? «Die Grossen der Branche wie AWD oder OVB kämpfen mit Struktur- und Kulturproblemen oder setzen ihre Unabhängigkeit auf's Spiel. Dadurch eröffnen sich Chancen für Anbieter wie i.l. team ag. Wenn das Unternehmen konsequent seinen Weg weitergeht und die Reputation weiter aufbaut, dann hat es gute Chancen, in der Schweiz nachhaltig eine führende Rolle zu spielen», sagt Bernhard Bauhofer, der Autor von «Reputation Management» und Gründer von Sparring Partners.

### Weitere Informationen

[www.ilteam.ch](http://www.ilteam.ch)