



# Privatkunden zu Geschäftskunden machen



Für Versicherungsvermittler, die im Gewerbegebiet ihre Aktivitäten ausbauen wollen, lohnt sich der Blick in den Privatkundenstamm. Hier finden sich oft ungeahnte Potenziale. Wie lassen sich diese heben und gezielt im Beratungsgespräch adressieren? Wir fassen die vier wichtigsten Schritte zusammen.



## Das wichtigste haben Vermittler bereits in der Hand:

**die Stammdaten ihrer Privatkunden.** Diese müssen sorgfältig analysiert werden. So lassen sich Potenziale für Gewerbekunden identifizieren. Wie sehen die Schritte dahin aus?





## 1 Personengruppen aus dem Privatkundenstamm herausfiltern

---

Diese Personen können bei der Suche nach Gewerbekunden in der Regel bereits ausgeschlossen werden. Dazu gehören etwa:

- Angestellte
- Hausfrauen und Hausmänner
- Kinder
- Rentnerinnen und Rentner

## 2 Verbleibende Privatkunden hinsichtlich folgender Merkmale analysieren

---

### **Privatversicherung**

- Wer ist wie privat krankenversichert? Der Eintritt in die private Krankenversicherung (PKV) ist für Beamte, Selbstständige und Freiberufler ohne besondere Voraussetzungen möglich.
- Hier lässt sich das Recherche-Ergebnis noch einmal um die Kunden mit Beamtentarifern reduzieren, die in der Regel niedriger angesetzt sind.

### **Altersvorsorge**

- Wer ist wie privat krankenversichert? Der Eintritt in die private Krankenversicherung (PKV) ist für Beamte, Selbstständige und Freiberufler ohne besondere Voraussetzungen möglich.





### Fuhrpark

- Wie sieht der „Fuhrpark“ aus? Wer nach Kfz-Beständen filtert, kann hier zwei Hinweise erhalten: Erstens, die reine Anzahl von Kfz – wer ungewöhnlich viele Fahrzeuge zugelassen hat könnte selbstständig mit Angestellten oder Subunternehmern sein (Stichwort Pflegedienst).
- Zweitens, die Art der Zulassung: Wer Lieferfahrzeuge hat, betreibt mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Gewerbe.

### Cyberversicherung

- Das Thema Cyberangriffe ist medial omnipräsent. Die Nachfrage nach einer Cyberversicherung kann ein gutes Indiz für ein Gewerbe oder eine Freiberuflichkeit sein.



### **Analysen in Kundengespräche anbringen**

Analyseergebnisse gezielt miteinfließen lassen im Beratungsgespräch und nachfragen, ob ein Gewerbe besteht und ob es dafür einen Absicherungsbedarf gibt.

**Merke:** In Deutschland sind mehr als 50% der Klein- und Handwerksbetriebe von einer Unterversicherung betroffen. Hier gibt es Vertriebspotenzial.





### 4 Kundenempfehlungen aktiv fördern

---

Das Empfehlungsgeschäft bestehender Gewerbekunden. Falls Vermittler schon Unternehmen in ihrem Kundenstamm haben, lohnt es sich hier auf Weiterempfehlungen aufmerksam zu machen. Denn Unternehmer tauschen sich aus und geben sich gegenseitig Tipps – auch bei Themen wie dem idealen Versicherungsschutz. Sie sind auf Fachtagungen und Kongressen unterwegs und können dort als Fürsprecher für ihren Versicherungsvermittler auftreten.



### Infobox

---

Das Vertriebspotenzial bei Gewerbekunden ist etwa 15- bis 20-mal höher als bei Privatkunden. Bei einer Privathaftpflichtversicherung fallen jährlich etwa 40-65 Euro Prämienvolumen an. Bei einer Betriebshaftpflichtversicherung sind es im Schnitt etwa 900 Euro pro Jahr.



Was hilft neben unseren Vertriebstipps  
beim Geschäft mit Gewerbeversicherungen?

# Digitale Helfer!



Jetzt mehr darüber erfahren, wie digitale Helfer Sie bei Ihrem Gewerbegeschäft unterstützen. Unsere Gewerbeexperten helfen Ihnen gerne unverbindlich weiter und stellen Ihnen die Möglichkeiten von Thinksurance vor.

[Beratungstermin vereinbaren](#)

[Mehr Informationen erhalten](#)

