

In die Pflicht genommen - Assekuranz diskutiert vertriebliche Herausforderungen auf dem AMC-Auftaktgespräch

Als wenn es sonst keine Herausforderungen gäbe, Politiker in Berlin und Brüssel, Verbraucherschützer und die Rechtsprechung wirbeln kräftig. Für die Versicherer bleibt es stürmisch, und es kommt kaum zu Rückenwind. Gute Gründe, sich zum Jahresbeginn 2015 über Entwicklungen und Gestaltungsmöglichkeiten im Versicherungsvertrieb auszutauschen. Und Grund genug für den AMC, im Januar mit dem Auftaktgespräch für Vorstände und Entscheidungsträger der Assekuranz die passende Plattform anzubieten.

Als wenn es sonst keine Herausforderungen gäbe, Politiker in Berlin und Brüssel, Verbraucherschützer und die Rechtsprechung wirbeln kräftig. Für die Versicherer bleibt es stürmisch, und es kommt kaum zu Rückenwind. Gute Gründe, sich zum Jahresbeginn 2015 über Entwicklungen und Gestaltungsmöglichkeiten im Versicherungsvertrieb auszutauschen. Und Grund genug für den AMC, im Januar mit dem Auftaktgespräch für Vorstände und Entscheidungsträger der Assekuranz die passende Plattform anzubieten.

Das Auftaktgespräch ist die hochkarätige Veranstaltung des AMC-Netzwerks, was Referenten und Teilnehmer betrifft, und es war zugleich die bestbesuchte dieser Art im AMC. Unter der fachliche Leitung und Moderation von Prof. Dr. Heinrich R. Schradin, Universität zu Köln, dem Beiratsvorsitzenden des AMC, wurde die Zeit intensiv für Gespräch im Sinne fachlichen Austauschs genutzt. Die aktuelle Situation, ihre Treiber sowie die Chancen und Risiken der Assekuranz wurden im sehr gut besuchten AMC-Auftaktgespräch von Vorständen und Entscheidungsträgern der Branche diskutiert. „Viel Pflicht - wenig Kür“- so lässt sich heute das Aufgabenpaket der Versicherer umschreiben.

Regulation und Transparenz sind wesentliche Treiber

Anerkannte Spezialisten führten in die einzelnen Themen ein. Im Falle von Regulation und Transparenz waren dies Prof. Karel Van Hulle, vormals Leiter des Referats „Versicherungen und Altersversorgung“ bei der Europäischen Kommission sowie Prof. Dr. Jens Gal vom House of Finance der Goethe Universität Frankfurt. Nicht zuletzt aufgrund des Lebensversicherungs-Reformgesetzes, aber auch wegen neuer Anforderungen des Gesetzgebers aus IMD2 und IDD, PRIIPS und PRIIPS, MiFID2 und einigem mehr, wurde diskutiert, wie Versicherungsunternehmen mit diesen Anforderungen umgehen sollen und müssen. Gibt es eventuell sogar Chancen zu agieren statt nur reagieren zu können? Die Teilnehmer würden sich wünschen, dass der Gesetzgeber die Vorgaben sowohl mit besserem zeitlichem Vorlauf als auch überschaubarer gestaltet. Gesetzliches Nachjustieren, Einfügen von Zwischenschritten und Terminunsicherheiten machen es Versicherern und noch weniger den Verbrauchern einfacher.

Digitalisierung mit neuen Aufgaben

Der Megatrend Digitalisierung war ein weiteres Schwerpunktthema. Dr. Matthias Bühring-Uhle, Vorstandsmitglied der Gothaer Versicherungen, führte in die Thematik ein. Er stellte Verständnis und Bedeutung der Digitalisierung am Beispiel der Gothaer vor. Während sich Digitalisierung bisher eher auf Rationalisierung und die Möglichkeiten zur Kosteneinsparung beschränkte, zielt die heutige Stufe der Digitalisierung verstärkt auf die Möglichkeit Geschäft zu generieren. Pointiert könnte man sagen, Versicherungen haben bald kein Geschäftsmodell mehr, wenn sie kein Geschäftsmodell für das Smartphone haben.

Produkt- und Vertriebsinnovation nötig

Wenn das regulatorische Umfeld so schwierig ist und enorme technologische Herausforderungen

zu meistern sind, könnte der Schlüssel für Vertriebs Erfolg in der Produkt- und Vertriebsinnovation liegen. Prof. Dr. Michael Radtke von der Fachhochschule Dortmund beleuchtete die Risiken und Chancen. So müssen Vertriebe, die aufgrund der Nachwuchsproblematik zunehmend überaltern, dennoch junge Interessenten auch künftig erfolgreich ansprechen. Auch dadurch Digitalisierung wird für Vermittler zum Pflichtprogramm und bei erfolgreichem Einsatz zur Chance.

Der japanische Altersvorsorgemarkt als Vorbild?

Nach all den Blicken auf Kommendes und die Zukunft waren die Erwartungen an den nächsten, auf langjährige Entwicklungen gestützten Vortrag sehr hoch. Dr. Dirk Nieder, Vice President und Regional Chief Actuary der GenRe, berichtete über den Werdegang des japanischen Altersvorsorgemarkts und über Lösungsmodelle, mit denen japanische Versicherer auf die lange Periode sehr niedriger Zinsen und der zugleich sehr hohen Lebenserwartung der japanischen Bevölkerung reagieren. Die Frage, ob der Versicherungsvertrieb in der Personenversicherung von Japan lernen kann, muss nach der lebhaften Diskussion sehr verhalten beantwortet werden. Spezielle, für den japanischen Markt geeignete Produkte und die Transformation des Risikos in die Zukunft empfehlen sich nur begrenzt zur Nachahmung.

Es bleibt spannend. Trotz gut bemessener Diskussionszeit war sie für die gewichtigen Themen - wie so häufig - doch knapp. Schließlich sorgte im Rahmenprogramm des Auftaktgesprächs das Asasello-Quartett für musikalischen Genuss, bevor der Abend mit einem gemeinsamen Essen ausklang. Die Teilnehmer lobten den informativen, anregenden und sehr hilfreichen Austausch, aus dem sie viele Impulse mitnehmen konnten. Alles in allem aus Teilnehmersicht eine hochinteressante, sehr gelungene Veranstaltung des AMC.

Nach dieser Erfahrung ist das nächste AMC-Auftaktgespräch schon terminiert. Es findet am 14./15. Januar 2016 statt.

Pressekontakt:

Désirée Schubert

Telefon: 0221 / 39 85 973

E-Mail: schubert@amc-forum.de

Unternehmen:

AMC Finanzmarkt GmbH

Georgstraße 5a

50676 Köln

Internet: www.amc-forum.de

Über AMC Finanzmarkt GmbH

Seit 1994 trifft sich die Assekuranz regelmäßig auf den Meetings des Branchen-Netzwerks AMC (www.amc-forum.de). Der offene Erfahrungsaustausch und die trendsetzenden Impulse stehen im Fokus der AMC-Begegnungen: Praxis-Beispiele, wissenschaftliche Erkenntnisse, fundierte Hintergrundinformationen und spannenden Diskussionen für Entscheidungsträger aus Marketing und Vertrieb.

Die AMC Finanzmarkt GmbH betreut über 100 Partnerunternehmen im AMC-Netzwerk und bietet, Arbeitskreise, Workshops, Tagungen, Studien, Beratung und Seminare für Finanzdienstleister an.

AMC__ein_starkes_Netzwerk