

Keine Angst vor Google & Co. – Was prägt den Versicherungsvertrieb der Zukunft?

Versicherer sehen neue Marktteilnehmer, wie Google, Amazon und Co., nicht als akute Bedrohung. Dies ist eines der zentralen Ergebnisse der Studie „Versicherungsvertrieb der Zukunft“ der Versicherungsforen Leipzig, der IKOR Management- & Systemberatung GmbH und der Fachhochschule Dortmund, in der Fach- und Führungskräfte der Assekuranz zu aktuellen Marktentwicklungen befragt wurden.

Versicherer sehen neue Marktteilnehmer, wie Google, Amazon und Co., nicht als akute Bedrohung.

Dies ist eines der zentralen Ergebnisse der Studie „Versicherungsvertrieb der Zukunft“ der Versicherungsforen Leipzig, der IKOR Management- & Systemberatung GmbH und der Fachhochschule Dortmund, in der Fach- und Führungskräfte der Assekuranz zu aktuellen Marktentwicklungen befragt wurden.

Globalen Internetkonzernen wird schon seit einiger Zeit voraus gesagt, dass sie ihre Datenhoheit nutzen werden, um Versicherern das Geschäft streitig zu machen. Gleichzeitig gewinnen Start-ups mit versicherungsnahen Dienstleistungen Marktanteile. Versicherungsunternehmen werden oftmals als Spielball des Marktes dargestellt, deren Geschäftsmodell langfristig gefährdet ist. Die Teilnehmer der Expertenstudie bestätigen dieses Szenario jedoch nicht. Ihren Einschätzungen zufolge machen niedrige Gewinnmargen, eine weitgehende Marktsättigung, der intensive Wettbewerb und hohe regulatorische Anforderungen den Versicherungsmarkt für Investitionen unattraktiv. Start-ups besetzen hingegen maximal Nischensegmente. Die Kernkompetenz der Versicherer – die Bereitstellung von umfassendem Versicherungsschutz – ist daher momentan nicht bedroht. Auch wenn eine Gefährdung des originären Versicherungsgeschäfts durch neue Marktteilnehmer derzeit nicht erwartet wird, werden die Aktivitäten potenzieller Konkurrenten genau beobachtet.

Digitalisierung insgesamt ist und bleibt ein zentrales Thema in der Assekuranz. Besonders der Vertrieb muss sich aktuell auf die neuen Bedingungen einstellen. Vor allem die Vertriebswege Ausschließlichkeit und Maklervertrieb bedürfen einer digitalen Erneuerung der Geschäftsmodelle, sind sich die befragten Experten einig. Die Nutzung vorhandener und neuer Technologien in der Breite der Vermittlerschaft ist dabei ein zentraler Stellhebel, um die Vermittlerbetriebe in eine erfolgreiche Zukunft zu führen. Das entscheidende Kriterium wird hierbei die weitere Professionalisierung hinsichtlich der Prozess-, Regulierungs-, Digitalisierungs- und Kundenanforderungen innerhalb der Agenturen und Maklerunternehmen sein. Wettbewerbsfähig kann nur bleiben, wem es gelingt, sein Geschäftsmodell in die vollständig vernetzte Welt zu übertragen. Sowohl von den Vermittlern selbst als auch den Versicherern ist dafür ein Umdenken gefragt.

„Die Studie zeigt, dass die Versicherer deutlich erkannt haben, welche erfolgskritische Rolle der technologischen Erneuerung zukommt“, erläutert Jörg Heibutzki, Leiter des Bereichs Versicherungen bei IKOR. „Der Schlüssel ist die durchgängige Unterstützung aller Vertriebsprozesse in Verbindung mit hoher Integration der zentralen Daten und Anwendungen.“ Seiner Erfahrung nach bildet ein Omnikanal-Ansatz die Lösung, um einerseits die Vertriebswege optimal zu unterstützen und andererseits die veränderten Kundenerwartungen zu erfüllen. „Um die notwendige Digitalisierung voranzutreiben, ist die beruhigende Nachricht, dass die technologischen und organisatorischen Erweiterungen schrittweise mindestens genauso gut möglich sind wie in einem Big-Bang-Szenario“, so Heibutzki weiter.

„Die fortschreitende Digitalisierung führt auch in Bezug auf Versicherungsvertrieb zu einem neuen Selbstverständnis der Kunden, das sich sowohl in den gestiegenen Erwartungen an Produkte und Services, als auch im selbstbewussten Umgang mit dem Thema Versicherungsschutz äußert“, sagt Mario Gärtner, Kompetenzfeldleiter Versicherungsvertrieb bei

den Versicherungsforen Leipzig. „Und dies ist nur ein Aspekt, auf den sich die Vermittler gegenwärtig einstellen müssen. Die sich wandelnden Herausforderungen stellen die vorhandenen Geschäftsmodelle derzeit hart auf die Probe.“

Nach Einschätzung der befragten Experten wird zudem das Thema Aus- und Weiterbildung weiterhin an Relevanz gewinnen, damit die Beratungsqualität des Versicherungsvertriebs langfristig gesichert werden kann. Zwei Schlüsselmaßnahmen sind dabei entscheidend, um den durch externe Faktoren bedingten steigenden Anforderungen an die Beratungsqualität gerecht zu werden: Zum einen gilt es, die aktuellen Aus- und Weiterbildungskonzepte zu intensivieren und nachhaltig weiterzuentwickeln, um eine dauerhaft hohe Vermittler- und Beratungsqualität sicherzustellen. Zum anderen müssen Standards sowohl in der Beratung als auch in der Produktgestaltung etabliert werden. Nur so lassen sich eine hohe Vergleichbarkeit und Transparenz am Markt erzeugen, die langfristig zu einer Qualitätssteigerung führen. Unter dem Paradigma „Evolution statt Revolution“ wird es vor allem in den dominierenden Vertriebswegen Ausschließlichkeit und Maklervertrieb zu einer gezielten Weiterentwicklung kommen müssen. Das derzeit primär vorherrschende Vergütungsmodell innerhalb der Versicherungsbranche, der provisionsbasierte Vertrieb, bleibt nach Meinung der Experten auch weiterhin das Vergütungsmodell der nahen Zukunft. Jedoch wird es auch hier zu Anpassungen kommen müssen, um den regulatorischen und geschäftsbedingten Anforderungen gerecht zu werden. So ist die Umstellung der klassischen auf Abschlussprovisionen ausgerichteten Systeme hin zu einem Mischsystem aus Abschluss-, Betreuungs-, und Bestandsprovision kurzfristig unausweichlich.

Grundlage der Studie „Versicherungsvertrieb der Zukunft“ waren Interviews und Workshops, die die Versicherungsforen Leipzig zusammen mit den Partnern der Fachhochschule Dortmund und der IKOR im zweiten Halbjahr 2014 mit Vorständen, Fach- und Führungskräften deutscher Erstversicherungsunternehmen in Deutschland durchgeführt haben.

Das ausführliche Studienpapier „Versicherungsvertrieb der Zukunft“ können Mitarbeiter der Partnerunternehmen der Versicherungsforen kostenfrei bestellen. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.versicherungsforen.net/zukunft_vertrieb.

Pressekontakt:

Katharina Thiemann

Telefon: 0341-98988-224

E-Mail: thiemann@versicherungsforen.net

Unternehmen:

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16

04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH:

Über die Versicherungsforen Leipzig GmbH Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche. Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der

Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem ermöglicht die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen »Blick über den Tellerrand«