

Bancassurance-Studie: Versicherer überschätzen sich, Banken lassen Vertriebspotenziale liegen



Beim Thema Bancassurance überschätzen Versicherer ihr Vermögen als Kooperationspartner, auf der anderen Seite lassen aber auch Banken Vertriebspotenziale in der Bancassurance liegen. Das ist ein Ergebnis einer umfassenden Studie der Bankenforen, des BANKINGCLUB und der Versicherungsforen Leipzig in Kooperation mit der Fonds Finanz. Weiteres Ergebnis: Bei der Wahl des Kooperationsmodells wird die Ausschließlichkeit zukünftig an Bedeutung verlieren, während Mehrfachagenten und Makler an Präsenz gewinnen.

Der Bancassurance-Markt befindet sich im Umbruch: Kooperationsmodelle werden hinterfragt, der Marktplatz verlagert sich in die digitale Welt, wo andere Player bereits die Kundenschnittstellen perfekt besetzen und den Wettbewerb zusätzlich verschärfen. Die Studie „Perspektiven der Bancassurance in Deutschland“ von Bankenforen, BANKINGCLUB und Versicherungsforen Leipzig in Kooperation mit der Fonds Finanz bietet einen umfassenden Marktüberblick, beleuchtet Banken-, Versicherer- sowie Endkundenperspektive und zeigt Entwicklungen auf. Vorgestellt wurde die Studie am 22. September im Rahmen der Veranstaltung „Bancassurance reloaded“ in Köln.

Die Studie deckt große Diskrepanzen zwischen Selbst- und Fremdbild der Versicherer auf. In der Mehrzahl der untersuchten Bereiche schätzen Versicherer ihr Vermögen als Kooperationspartner deutlich höher ein, als Banken es ihnen zuschreiben. Auf der anderen Seite zeigt die Endkundenbefragung aber auch, dass eine proaktive Ansprache im Versicherungskontext durch die Banken selbst vermisst wird.

Management: interne Strategie und externer Abgleich

Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Realisierung ist die Entwicklung einer individuellen Vision der Bancassurance, denn sie setzt die Leitplanken und Kriterien für die Auswahl der Partner, der Kooperationsmodelle und der Vertriebsstrategie. Neben der internen Umsetzungsstrategie bedarf es eines Abgleichs der Anforderungen bestehender und potenzieller Kooperationspartner auf produkt-, prozess- und personenbezogener Ebene.

Dabei zeigt die Studie, dass vor allem die Investitionsbereitschaft in Zukunftsthemen – wie hybride Beratungsmodelle, Financial Home und Open Banking – im Fokus stehen sollte. Nur so können erfolgreiche und langfristige Partnerschaften be- und entstehen, die die Kundenbedürfnisse befriedigen und Schnittstellen gegenüber digitalen Playern absichern.

Ausgestaltung der Vertriebsstrategie einer der wichtigsten Stellhebel

Viele Herausforderungen im Vertrieb von Versicherungsprodukten über Banken lassen sich auf kulturelle Unterschiede zurückführen. Bankmitarbeiter sind Berater – Versicherungsmitarbeiter sind Vertriebler und damit von ihrer DNA grundlegend verschieden. Dieser Herausforderung lässt sich auf zwei Ebenen begegnen: durch Anpassung der Produkte und Prozesse an die Bedürfnisse des Bankmitarbeiters oder Überleitung der Bankenleads an eigene oder fremde Vertriebsmitarbeiter.

Es sollte daher ganz genau abgewogen werden, ob der Vertriebsprozess im eigenen Hause durch die Bankmitarbeiter, durch die Gründung einer eigenen Vertriebsgesellschaft mit Vertriebsmitarbeitern oder durch die Überleitung an Vertriebspartner erfolgen soll.

Endkunden: Banken verschenken Vertriebspotenzial

Zwar gewinnen Banken aus Sicht der Kunden die Vertrauensfrage gegenüber Versicherungen und werden als kompetenter Ansprechpartner im Versicherungskontext wahrgenommen, dennoch zeigt die Endkundenbefragung der Studie: Jeder dritte Kunde wurde, trotz eines Absicherungswunsches, noch nicht auf ein Versicherungsprodukt angesprochen. Neben dem reinen Absicherungsgedanken wünschen Kunden einen allumfänglichen Überblick über ihre Finanz- und Vorsorgeprodukte. Dabei wird die Bank als neutraler Berater geschätzt. Vor allem die junge Zielgruppe steht dem Allfinanzgedanken positiv gegenüber.

Kooperationsmodelle: Verschiebung zu Mehrfachagenten und Makler

Bei der Frage nach der zukünftigen Entwicklung der Kooperationsmodelle in der Bancassurance zeigt die Studie, dass es eine klare Entwicklung aus dem reinen Ausschließlichkeitsvertrieb heraus, hin zu Kooperationsmodellen mit mehreren Produktgebern, geben wird. Dabei sehen nur noch 14 Prozent der Befragten aus der Expertengruppe Vertrieb bei Banken die „reine Ausschließlichkeit“ als ihr zukünftiges Kooperationsmodell. Zumindest in Verbindung mit Ventilösungen, bei denen mehr als ein Viertel diese Zusammenarbeit auch zukünftig im Fokus sehen, scheint die Ausschließlichkeit kein Auslaufmodell zu sein. Klar ist, dass es für viele der Befragten zu einer Verschiebung zu Mehrfachagenten- oder Maklerstatus kommen wird. Knapp ein Fünftel der Befragten sehen hier Mischmodelle stark im Fokus.

Die komplette Studie ist abrufbar unter: www.fondsfinanz-bancassurance.de

Ihre Ansprechpartnerin

Maria Pechan

T +49 341 98988-260

E pechan@bankenforen.de

I www.bankenforen.de

Über die Bankenforen

Die Bankenforen verstehen sich als Dienstleister für das Bankgewerbe. Damit sprechen sie Privatbanken, Landesbanken, Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken, Spezialbanken sowie sonstige Finanzinstitute an, bieten ihnen Informationen zu relevanten Forschungsergebnissen und begleiten sie bei unternehmensinternen Projekten und Entwicklungsprozessen unter der Berücksichtigung aktueller Trends.

Über den BANKINGCLUB

Der BANKINGCLUB ist mit über 3.500 Mitgliedern einer der größten Wirtschaftsclubs für Mitarbeiter von Banken, Versicherungen, Finanzdienstleistern und FinTech-Start-ups in der DACH-Region. Als Netzwerk der Branche bietet der Wirtschaftsclub bei verschiedenen Veranstaltungen eine Plattform für den persönlichen und fachlichen Austausch von Experten – über die eigenen Firmengrenzen hinweg.

Über die Versicherungsforen Leipzig GmbH

Die Versicherungsforen Leipzig unterstützen Unternehmen der Versicherungswirtschaft bei ihren Forschungs- und Entwicklungsvorhaben. Sie erforschen und analysieren neue Trends und Themen im Versicherungskontext, leiten daraus konkrete Lösungskonzepte ab und begleiten die Unternehmen bei der Umsetzung. Darüber hinaus sind die Versicherungsforen Leipzig Anbieter von unterschiedlichen Aus- und Weiterbildungsformaten.

Über die Fonds Finanz Maklerservice GmbH

Die Fonds Finanz Maklerservice GmbH ist Marktführer im Bereich Bancassurance und Deutschlands größter Allfinanz-Maklerpool. Mit 25 Jahren Markterfahrung, 28.000 Vertriebspartnern, 420 Mitarbeitern und 150 Regionaldirektoren ist die Fonds Finanz Experte an der Seite von Banken im stationären, digitalen und hybriden Verkauf: Dabei profitieren Banken von zukunftssicheren Ertragsmöglichkeiten durch bankindividuelle Konzepte.

Pressekontakt:

Nadine Marquardt

Unternehmen

Versicherungsforen Leipzig GmbH
Hainstraße 16
04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über 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 setzen sie in ihrer Arbeit auf wissenschaftliche Interdisziplinarität und hohen Praxisbezug.

Durch ihre langjährige Tätigkeit haben die Versicherungsforen Leipzig ein einzigartiges Netzwerk mit über 235 Partnerunternehmen innerhalb der Versicherungsbranche aufgebaut, das zum gegenseitigen Gedanken- und Erfahrungsaustausch und zur Kommunikation sowohl zwischen den Praktikern als auch zwischen Praxis und Wissenschaft anregt.

Die Versicherungsforen Leipzig sind als Unternehmen der LF Gruppe Teil ihres Innovationsökosystems. Zusammen mit den Energieforen, den Maklerforen, den Bankenforen und den Digital Impact Labs bieten sie eine einzigartige Verbindung von Branchenexpertise und Branchennetzwerk, Wissenschaft, Start-ups und Innovations-Know-how. In der LF Gruppe bündeln die Unternehmen ihre Kompetenzen und ermöglichen so Synergien sowie einen Blick über den Tellerrand.