



Wie bindungsfähig Makler sind



Immer mehr Versicherer arbeiten an einer direkten Anbindung an das Maklerverwaltungsprogramm (MVP). Was eine neue Studie von Deutsche-Versicherungsboerse.de offenbart. Und wie die Erwartungen der Makler an die Digitalisierung benannt werden.

Die direkte technische Anbindung an den Makler gewinnt für Versicherer immer mehr an Bedeutung. Große Verdienste in der Branchendiskussion, bei der IT-Umsetzung der Versicherer für Makler und bei der Herstellung von Transparenz in diesem komplizierten Marktsegment hat sich die Deutsche-Versicherungsboerse.de (DVB), ein Netzwerk und Onlineportal für die Fachwelt rund um Versicherungen, erworben. Seit mehreren Jahren gibt sie jährlich einen „Makler-Audit“ heraus. Ergebnis vom November 2016: Erneut gewann der Volkswahl Bund den Award für die beste technische Unterstützung für Makler, gefolgt von der WWK und Axa. Die Jury war wieder mit erfahrenen IT-Fachleuten und Versicherungsmaklern besetzt. Sie wertete sowohl die Angaben der Makler als auch der Versicherer methodisch aus.

In der Studie, die offiziell „Technische Vertriebsunterstützung für Versicherungsmakler“ heißt, hatte die DVB nicht nur die Makler, sondern auch die Versicherer und die MVP-Hersteller befragt. „Fünfzig bis siebzig Prozent aller Arbeiten in einem Maklerbüro sind nicht wertschöpfend“, schreibt Geschäftsführer Friedel Rohde im Vorwort. „Somit lechzt der Makler nach Services von Versicherern, die seine Bestandsprozesse unterstützen, um ihm Luft für Vertriebstätigkeiten zu geben.“

Wichtig für Makler ist, inwieweit Bipro-Normen umgesetzt werden. Dabei handelt es sich um technische Standards, die von der Brancheninitiative Prozessoptimierung (Bipro) entwickelt werden, um

die IT-Infrastruktur und Kommunikation zwischen Versicherern, Vertriebspartnern und Dienstleistern zu vereinfachen. „Nachdem anfangs die Versicherer nur die Bipro-Normen umsetzten, die in erster Linie ihnen selbst nutzen, werden nun auch die Normen angegangen, die den Maklern wichtig sind, wie die 430er Normen (Datenübertragung von Versicherungsscheinen, Schriftwechsel, Zahlungsdaten, Vermittlerabrechnung, Bestandsdaten und Schadenstatus)“, so Rohde. Auch die Prozesse der 500er-Normen stehen im Fokus der Makler (Daten können bei Bedarf aus dem Versichererbestand abgerufen und Änderungen angemeldet werden). „Diese wurden bislang von den Versicherern so gut wie noch nicht umgesetzt“, kritisiert der Marktbeobachter.

Parallel zur Befragung der teilnehmenden 21 Versicherer und 15 MVP-Hersteller wurden rund 10.500 Versicherungsmakler zum Thema angeschrieben, von denen etwa 700 geantwortet haben (Durchschnittsalter: 48). Im Bereich der Extranets fühlen sich die Makler von der VHV am besten unterstützt, gefolgt von der Haftpflichtkasse Darmstadt und der Allianz (siehe Tabelle auf Seite 25). In den Kommentaren der Studie wird aber oft betont, dass kein Extranet wirklich herausragt und alle Anbieter Stärken und Schwächen aufweisen. Auch wird häufiger angemerkt, dass die Extranets möglichst

gemiiden oder generell nicht genutzt werden. Kein Wunder: Solange Makler sich überwiegend in jedem Extranet gesondert einloggen müssen, wollen die meisten lieber Dokumente per E-Mail haben. Die zentrale Schaltstelle im Maklerbüro ist das MVP, bestätigt die Studie. Insgesamt arbeiten inzwischen 92 Prozent der Versicherungsmakler mit einem MVP (Vorjahr: 85 Prozent). Lediglich sechs Prozent verzichten darauf und nutzen Excel-Tabellen oder dergleichen, um die Besandsdaten zu verwalten. Der Rest verwendet ein eigenes Programm. Die höchsten Einsatzzahlen zu ermitteln, ist offenbar schwierig, da manche MVP-Anbieter mehr Nutzer zum Mitmachen bei Umfragen aktivieren können als andere.

Marktüberblick zu Maklerverwaltungsprogrammen

Um festzustellen, welche MVP die größte Verbreitung haben, wurde nach unterschiedlichen Kriterien gefragt. Analog zum letzten Jahr hat auch in diesem Jahr die meisten Nennungen bei der MVP-Nutzung die Firma Assfinet mit „AMS“ (einschließlich Info-Agent) bekommen. Der zweite Platz ist von Betrachtung zu Betrachtung unterschiedlich. Rohde dazu: „Nehmen wir alle Teilnehmer, so steht „Vias“ von Lutronik auf dem zweiten Platz. Das betrifft sowohl die Anzahl der verwendeten Lizenzen als auch die Anzahl der Nennungen. Auf Platz drei befinden sich Oasis, wenn die Anzahl der Lizenzen betrachtet, und Blau Direkt, wenn die Nennungen berücksichtigt werden.“

Die objektive Verbreitung der MVP ist das eine, die Zufriedenheit der Makler das andere. Bei der Zufriedenheit der Makler mit ihren MVP lag „Finass“ (Frank Weber Softwareentwicklung) mit der Gesamtnote 1,1 vorn, gefolgt von „AB-Agenta“ (Artbase) mit 1,2 sowie „Ameise“ (Blau Direkt) und „Keasy“ (Vfm-Gruppe) mit 1,3.

Von den Maklern wollte die DVB auch wissen, was die MVP-Hersteller besser machen können. „Die Rückmeldungen der Makler sind teilweise alarmierend“, so Rohde. Oft werden ein schlechter Support und fehlende technische Weiterentwicklung kritisiert. Auch ist die Gebührenpolitik einzelner MVP immer wieder ein Thema. „Dabei wird insbesondere kritisiert, dass man neben den hohen Fixkosten auch noch Geld bei Programmänderungen ausgeben muss“, resümiert Rohde.

Soweit zur Sicht der Makler. Erstmals verlieh die dvb einen Award für die beste technische Anbindung der MVP an die Versicherer. Den ersten Platz konnte sich das MVP „AMS“ von Assfinet sichern (76,7 Prozent). Den zweiten Platz belegte „Ameise“ von Blau Direkt (67,8 Prozent), knapp folgt „Vias“ von Lutronik (67,3 Prozent). Bislang erhöhen uneinheitliche Authentifizierungsverfahren und die unterschiedlichen Strukturen der Extranets den Arbeitsaufwand beim Makler enorm. Die Vereinheitlichung der Zugänge könnte mit SSO-Initiativen (Single Sign-On, kurz: SSO) gelöst werden. Fast 80 Prozent der Makler halten dies für wichtig. Die bekannteste und meistgenutzte SSO-Initiative ist Easy Login, gegründet bereits 2009. Dort haben sich inzwischen 61,7 Prozent der befragten Makler registriert (Vorjahr: 50 Prozent), gefolgt mit weitem Abstand vom GDV-Portal (6,3 Prozent). Ein Drittel der Befragten verwenden kein SSO, weil sie es zu kompliziert oder zu wenig verbreitet finden, bei anderen übernimmt das MVP die Speicherung der Zugangsdaten.

Sinnlos Geld für Authentifizierung ausgeben?

Erstaunlich ist, dass der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) inzwischen sein Portal mit massivem finanziellem Aufwand seiner Mitglieder aufgewertet hat: Über die Komponente TGIC (Trusted German Insurance Cloud) muss sich der Makler nur einmal pro Tag authentifizieren und kann dann auf

die Extranets und Services aller angeschlossenen Versicherer über sein Verwaltungsprogramm zugreifen (siehe Ausgabe 5/ 2016). Das empfinden zahlreiche Versicherer als doppelten Aufwand, da somit Easy Login unnötige Konkurrenz bereitet wird.

GDV-Mitglied Signal-Iduna ist kurz nach der Start des GDV-Projekts dem etablierten Konkurrenten Easy Login beigetreten, nachdem dies 2016 zuvor schon Roland Rechtsschutz und R+V getan hatten. „Makler haben damit Zugriff auf die Portale von 28

Risikoträgern, mit der Software ‚Easy Client‘ sind es sogar 31“, resümiert Thomas Billerbeck, Vorsitzender des Vereins Single Sign-On. Über 17.000 Makler seien damit bei Easy Login gemeldet. „Easy Login ist in Sachen Single Sign-On fest im Maklermarkt etabliert“, begründet Ulrich Scheele, Generalbevollmächtigter der Signal-Iduna, den Einstieg des Versicherers. „Höchste Sicherheit, hohe Anbindungsquote, steigende Anwenderzahlen und der einfache Zugang für den Nutzer waren ausschlaggebend.“

In der Studie wurde nach dem Wunsch der Mitbestimmung bei der Entwicklung der SSO-Dienste gefragt. Wenig überraschend: Drei Viertel der Makler finden eine Mitbestimmung wichtig, 21 Prozent war es egal. Viel wichtiger scheint jedoch die Frage, warum der GDV mit sehr viel Geld seiner

Mitglieder eine eigene Authentifizierung aufbaut, wenn es mit Easy Login bereits ein funktionierendes System im Markt gibt? Das ist im Grunde ein Skandal. Die Branche sollte schnellstens versuchen, beide Projekte zusammenzuführen.

Makler sehen den größten Mehrwert der Digitalisierung in schnelleren Prozessabläufen. Für 83 Prozent der befragten 440 Vermittler ist dies in den nächsten fünf Jahren essentiell. 2015 waren erst 57 Prozent dieser Meinung, so die Quartalsstudie „Asscompact-Trends IV/2016“ der BBG Betriebsberatungsgesellschaft. Aktuell erfahren Makler laut Studie die größte Unterstützung durch neue Vergleichs- und Auswahlmöglichkeiten der Produkte (67,7 Prozent). In den nächsten fünf Jahren wird zunehmende Hilfe vor allem bei „Antrag und Einreichung“ (66,9 Prozent) und „Abschluss und Policierung“ (65,8 Prozent) sowie „Kunden- und Vertragsverwaltung“ (63,5 Prozent) und „Schadenregulierung“ (57,3 Prozent) erwartet – siehe Grafik. Die wenigsten Makler sind von beruflich relevanten Apps überzeugt, die einzige Ausnahme bildet die App „Simplr“ von Dionera/Blau Direkt.

Detlef Pohl



Angaben in Prozent der befragten Makler

Quelle: BBG-Studie Trends IV/2016

Beste Extranets der Versicherer¹

Platz	Gesellschaft	Wert ²
1	VHV Versicherungen	26,2
2	Haftpflichtkasse Darmstadt	18,4
3	Allianz	9,4
4	Axa	5,6
5	Alte Leipziger	4,3
6	R + V	3,9
7	Volkswohlbund	3,5
8	Interrisk	3,3
9	Generali	2,1
10	Rhion	1,3

1) aus Sicht der Makler (2.160 Antworten)

2) Angaben in Prozent der möglichen Bewertung

Quelle: DVB-Studie 2016