

Die besten Extranets und größten Bipro-Lücken

VJ versicherungsjournal.de/vertrieb-und-marketing/die-besten-extranets-und-groessten-bipro-luecken-130855.php

6.12.2017 – Viele Makler bauen auf unvollkommene Extranets der Versicherer, weil der Markt für Maklerverwaltungs-Programme zunehmend zum Oligopol wird. Gleichzeitig wächst der Druck zum effizienten Datenaustausch, wie eine neue Studie zeigt. Zudem erhöhen Pools, Vertriebe und MVP-Hersteller den (Zeit-) Druck auf die Versicherer.

Versicherungsmakler fordern den elektronischen Datenaustausch von den Versicherern zunehmend ein. Extranets der Versicherer sind dabei unbeliebt. Makler nutzen sie oft nur, weil die Versicherer immer schwerer zu erreichen sind, analysiert der „Makler Audit 2017“ des Branchen-Informationsportals [Deutsche-versicherungsboerse.de](https://deutsche-versicherungsboerse.de) (DVB) der DVB-Dienstleistungs GmbH (VersicherungsJournal 30.11.2017).

Dennoch seien Extranets für viele Makler aufgrund der fehlenden Schnittstellen zwischen Versicherern und Maklerverwaltungs-Programmen (MVP) immer noch ein wichtiger Anlaufpunkt, um Auskunft über Verträge, Schriftwechsel, Schadenstatus und viele weitere Informationen zu erhalten. „Anhand der freien Kommentare kann man erkennen, dass für die Makler kein Extranet perfekt ist“, meint Friedel Rohde, Geschäftsführer der DVB.

Die besten Extranets

Ähnlich wie in den vergangenen Jahren konnte auch dieses Jahr die VHV die Spitzenposition einnehmen. Insgesamt betrachtet wurde das Extranet der [VHV Versicherungen](https://www.vhv.de) bei jeder vierten Antwort in der Studie als beste Lösung genannt.

Knapp vier Prozent weniger Befragte nannten das Extranet von [Die Haftpflichtkasse VVaG](https://www.hkd.de), bei jeder zehnten Antwort wurde das Extranet der [Allianz Deutschland AG](https://www.allianz.de) als beste Lösung genannt.



Die besten Maklerextranets (Bild: DVB)

Betrachtet man die einzelnen Bereiche, stehen auf dem ersten und dem zweiten Platz die gleichen Unternehmen wie in der Gesamtwertung. Insgesamt flossen folgende vier Teilbereiche in die Wertung der Extranets ein: „Aufbau/Struktur“, „Hilfe/ Dokumentation“, „Technischer Support“ und „Benutzerführung“.

Einige Makler bewegen sich laut Studie bereits auf Ebene der Normen, die der Verein [Bipro e.V.](https://www.bipro.de) –

Brancheninstitut für Prozessoptimierung vorantreibt. Diese neutrale Organisation der Finanzdienstleistungs-Branche will Unternehmens-übergreifend Geschäftsprozesse optimieren. Gemeinschaftlich werden in Projekten fachliche und technische Normen entwickelt.

Studie legt Druckpunkte offen

„Die gezielte Unterstützung einzelner Normen unterstützen wir ausdrücklich, denn für den Makler werden sich die Verwaltungstätigkeiten erst vereinfachen und Kosten reduzieren lassen, wenn technische Services flächendeckend verfügbar sind“, so Rohde. Kaum ein Makler könne es sich noch erlauben, auf ein MVP zu verzichten, das nicht Bipro-Normen unterstützt.

Dennoch geht vielen die Entwicklung zu langsam. Deswegen haben nun in einer konzertierten Aktion Vertriebe, Pools und Software-Hersteller gemeinsam ihre technischen Umsetzungswünsche an die Versicherer artikuliert und „mehr Geschwindigkeit“ gefordert, heißt es in einer Meldung des Maklerpools Blau Direkt GmbH & Co. KG.

Der Datenaustausch mit Vermittlern sei für Versicherer nur eine von vielen technischen Herausforderungen. Da die Bipro mittlerweile für eine Vielzahl an Datenaustauschvorgängen Standards definiert hat, waren sich viele Versicherer im Unklaren, wie sie Prioritäten setzen sollten. Nun einigten sich die wichtigsten Nutzer offenbar auf eine Reihenfolge, die jedoch in der Meldung nicht genannt wird.

Pools, Vertriebe und MVP-Hersteller erhöhen Druck auf Versicherer

In der Liste der Unterstützer finden sich laut Blau Direkt marktführende Software-Hersteller wie Assfinet GmbH, die zur Acturis Deutschland GmbH des britischen IT-Dienstleisters Acturis gehört, Smart Insurtech GmbH, IWM Software AG und Zeitsprung GmbH & Co. KG.

Auch Pools wie Blau Direkt und BCA AG sowie Vertriebe wie MLP Finanzberatung SE und Swiss Life Select Deutschland GmbH tragen die Initiative mit. Ebenso der Verband Deutscher Versicherungsmakler e.V. (VDVM), der ab Januar Bundesverband Deutscher Versicherungsmakler e.V. (BDVM) heißen wird (VersicherungsJournal 21.11.2017).

Nachdem wir seit zwei Jahren mahnen, haben wir nun insgesamt vier Produktanbieter aus unserem aktiven Angebot und den Vergleichsrechnern entfernt.

Blau-Direkt-Geschäftsführer Oliver Pradetto

Obwohl die Erklärung keine konkreten Forderungen in der zeitlichen Implementierung stellt, dürfte das Schreiben Versicherer unter Zugzwang setzen. Blau Direkt ging schon einen Schritt weiter. „Nachdem wir seit zwei Jahren mahnen, haben wir nun insgesamt vier Produktanbieter aus unserem aktiven Angebot und den Vergleichsrechnern entfernt“, erklärt Geschäftsführer Oliver Pradetto.

Mit jedem neuen Antrag wachse der Stapel manueller Arbeit. „Ineffiziente Vermittlungsprozesse können wir nicht länger aufrechterhalten.“ Namen wurden trotz Nachfrage nicht genannt.

Blau Direkt listet langsame Anbieter aus

Den Angaben des Pools zufolge hat die Streichung der Anbieter zu keinerlei Umsatzeinbußen geführt. Obgleich der Schritt drastisch wirkt, gehe man bereits weiter und setze Produktgeber noch weiter unter Druck, bestätigt Marcel Canales, Prozessplaner und seit kurzem ebenfalls Geschäftsführer von Blau Direkt (VersicherungsJournal 15.11.2017). „Natürlich tut es den Versicherern weh, wenn sie kein Neugeschäft mehr erhalten“, so Canales.



Marcel Canales (Bild: Blau Direkt)

Aber Blau Direkt müsse ja weiter auch alles im Bestand manuell aufwendig bearbeiten. Darum habe man den betroffenen Anbietern angekündigt, die Bestände ab April 2018 gezielt umzudecken. Dies zu verhindern sei Sache der Versicherer. Als „Plan B“ hat Blau Direkt „mit einem digitalen Versicherer passende Konzepte vereinbart und plane, die betroffenen Bestände innerhalb eines Jahres um 70 Prozent zu reduzieren“, so Canales weiter. Der Dienstleister ist laut Pradetto die Neodigital AG.

Man könne nicht anders, wirbt Pradetto um Verständnis. „Die fortschreitende Digitalisierung bedroht unser Geschäftsmodell. Wir müssen unsere Dienstleistung zu einem Transaktions-Dienstleister wandeln und skalierbar, preiswerter und schneller werden.“ Am Ende sei es besser, einzelne Versicherer verlieren Blau Direkt als Vertrieb, als dass alle Blau Direkt verlieren, „weil wir unsere Hausaufgaben versäumen.“

Auch wenn mit Blau Direkt vorerst nur ein kleinerer Marktteilnehmer Konsequenzen zieht, so dürften Versicherer alarmiert sein.

Bezugshinweise für die Studie

Die knapp 200-Seiten umfassende DVB-Studie kann samt Auswertung der Angaben von Versicherern und MVP-Herstellern ab sofort online für 1.892 Euro inklusive 19 Prozent Mehrwertsteuer erworben werden.

Vorjahreskäufer zahlen 1.535 Euro. Im Preis inbegriffen ist der kostenlose Zugang zu dem „DVB-Makler-Audit Archiv“.