

Vertriebe, Pools & Softwarehersteller machen Versicherern Druck bei BiPRO-Implementation

Lübeck 05.12.2017. In einer konzertierten Aktion richten Vertriebe, Pools und Softwarehersteller gemeinsam ihre technischen Umsetzungswünsche an Versicherer.

Der Datenaustausch mittels BiPRO nimmt immer mehr Fahrt auf. Immer mehr „Consumer“, dazu gehören Vertriebe, Pools und Softwarehersteller, setzen die Standards um. Jetzt fordern diese mehr Geschwindigkeit. Ein Problem für die Versicherer ist dabei nicht zuletzt der ehrgeizige Ansatz des Datenaustauschprojekts. Für sie ist der Datenaustausch mit Vermittlern nur eine von vielen technischen Herausforderungen. Gleichzeitig müssen immer wieder neue gesetzliche Vorlagen umgesetzt werden, sodass die Versicherer nur Schritt für Schritt den Wünschen der Vermittlerbetriebe nachkommen können. Da die BiPRO mittlerweile für eine Vielzahl an Datenaustauschvorgängen Standards definiert hat, waren sich viele Versicherer im Unklaren, wie sie ihre Prioritäten setzen sollten. Lange Zeit herrschte darüber auch unter den Nutzern Uneinigkeit.

Nun einigten sich die wichtigsten Consumer auf eine Reihenfolge. In der Liste der Unterstützer finden sich marktführende Softwarehersteller wie Assfinet, IWM, Zeitsprung und SmartInsurtech, aber auch Pools wie blau direkt und BCA. Mit Vertrieben wie MLP und SwissLife Select wird die Initiative auch durch einige der einflussreichsten Vertriebe getragen. Mit dem VDVM stellt sich nicht zuletzt auch ein Vermittlerverband hinter die Initiative.

Im Kern erklärt die Gruppe, wie und in welcher Reihenfolge die Umsetzung der nächsten Standards aus ihrer Sicht wünschenswert wäre. Obwohl die Erklärung keine konkreten Forderungen in der zeitlichen Implementierung stellt, dürfte das Schreiben Versicherer unter Zugzwang setzen. Schließlich kann sich jeder Versicherer vorstellen, wie die Vertriebe reagieren, wenn die Mehrheit der Versicherer die Wünsche nach mehr Effizienz erfüllt hat, das eigene Unternehmen diese Bedürfnisse aber nicht befriedigt. Dass Konsequenzen nur eine Frage der Zeit sind, zeigt sich schon jetzt. So kontaktierte der Maklerpool blau direkt bereits zur DKM verschiedene Deckungskonzeptgeber und Versicherer, um auf Folgen aufmerksam zu machen.

„Nachdem wir seit 2 Jahren mahnen, haben wir nun insgesamt vier Produktanbieter aus unserem aktiven Angebot entfernt. In unseren Vergleichsrechnern sind diese nicht mehr zu finden“, erklärt Oliver Pradetto, Geschäftsführer von blau direkt. „Mit jedem neuen Antrag wächst der Stapel manueller Arbeit. Ineffiziente Vermittlungsprozesse können wir nicht länger aufrechterhalten.“ Den Angaben des Pools zu Folge hat die Streichung der Anbieter zu keinerlei Umsatzeinbußen geführt. Den angeschlossenen Partnern seien die Arbeitersparnisse mittlerweile wichtiger als einzelne Produkte. Fehlt ein Anbieter, wählen diese einfach einen anderen Produktgeber aus. Obgleich der Schritt drastisch wirkt, geht der Pool bereits weiter und setzt Produktgeber noch weiter unter Druck, wie Marcel Canales, Prozessplaner und ebenfalls Geschäftsführer von blau direkt erklärt: „Natürlich tut es den Versicherern weh, wenn sie kein Neugeschäft mehr erhalten. Unser Problem lösen wir damit aber noch nicht, denn alles, was bis dahin im Bestand ist, muss weiterhin manuell aufwendig bearbeitet werden. Darum haben wir betroffenen Anbietern angekündigt, dass wir die entsprechenden Bestände ab April 2018 gezielt umdecken.“ Zwar hoffe der Pool, dass die Umdeckung schlussendlich nicht notwendig werde und die säumigen Anbieter bis dahin verbindlich entsprechende Umsetzungsinitiativen zusagten, aber für den Fall der Fälle habe man vorgesorgt. Man habe mit einem digitalen Versicherer passende Konzepte vereinbart und plane die betroffenen Bestände innerhalb eines Jahres um 70 Prozent zu reduzieren.

Zu blau direkt:

blau direkt ist der Maklerpool für Prozessoptimierung und Internetmarketing. Mit über 150 Mitarbeitern erleichtert blau direkt als Versicherungsmaklerpool Versicherungsmaklern und Vertrieben die Arbeit. Prozessoptimierung im gesamten Vermittlungsverfahren unterscheidet blau direkt wesentlich von anderen Maklerpools, da blau direkt umfangreiche Back-Office-Dienstleistungen für Makler erledigt. blau direkt unterstützt Versicherungsmakler in der Nutzung der neuen Medien und sozialen Netzwerke für mehr Verkaufserfolg.

Fortsetzung von Seite 1

„Mir ist klar, dass viele Versicherer diesen Druck als unangenehm empfinden, das tut uns leid“, versichert Oliver Pradetto. „Aus unserer Sicht sind wir diejenigen, die Druck haben. Die fortschreitende Digitalisierung bedroht unser Geschäftsmodell. Wir müssen unsere Dienstleistung zu einem Transaktionsdienstleister wandeln. Dafür müssen wir skalierbar, preiswerter und schneller werden. Am Ende ist es besser, einzelne Versicherer verlieren uns als Vertrieb, als dass alle unseren Vertrieb verlieren, weil wir unsere Hausaufgaben versäumen.“

Auch wenn mit blau direkt vorerst nur ein kleinerer Marktteilnehmer Konsequenzen zieht, so dürften Versicherer alarmiert sein. Schließlich können sie in der Unterstützerliste der BiPRO sehen, bei welchen Vertrieben als nächstes Ungemach droht.



Marcel Canales, Geschäftsführer von blau direkt

Zu blau direkt:

blau direkt ist der Maklerpool für Prozessoptimierung und Internetmarketing. Mit über 150 Mitarbeitern erleichtert blau direkt als Versicherungsmaklerpool Versicherungsmaklern und Vertrieben die Arbeit. Prozessoptimierung im gesamten Vermittlungsverfahren unterscheidet blau direkt wesentlich von anderen Maklerpools, da blau direkt umfangreiche Back-Office-Dienstleistungen für Makler erledigt. blau direkt unterstützt Versicherungsmakler in der Nutzung der neuen Medien und sozialen Netzwerke für mehr Verkaufserfolg.