

Versicherungskonferenz: "Zwei Jahre noch, dann kommen die Amerikaner"

Fp www.fondsprofessionell.de/news/vertrieb/headline/versicherungskonferenz-zwei-jahre-noch-dann-kommen-die-amerikaner-132841/



Digitalisierung: Um dieses Wort und damit zusammenhängende Entwicklungen kommt keine Branche mehr herum – auch nicht die Versicherungsindustrie. Auf der MCC-Fachkonferenz "Versicherungsvertrieb der Zukunft" haben rund 20 Referenten in Vorträgen und Podiumsdiskussionen das Thema auf individuelle Weise beleuchtet. Drei aus Sicht von Beratern wichtige Vorträge widmeten sich der Rolle der Maklerpools in diesem Prozess.

Sebastian Grabmaier, CEO von Jung, DMS & Cie, betonte, dass sich die Aufgabe der Maklerpools geändert habe. Es gehe nicht mehr darum, Versicherungsanträge anzunehmen und Provisionen auszuzahlen. Die Hauptaufgabe der Pools sei vielmehr, ihre Partner bei der technischen Abwicklung und insbesondere auch der Digitalisierung zu unterstützen.

Konkret bedeutet das aus seiner Sicht, dass der Pool die Makler bei dem Verkauf von einfachen Versicherungs- und Finanzprodukten auch via digitaler Abschlusstrecken unterstützen müsse, sodass jene sich auf die Kundenbetreuung und die Vermittlung komplexer Produkte fokussieren können. Grabmaier ging in dem Kontext detaillierter auf die App "Allesmein" ein. Diese ermögliche dem Kunden, dass er all seine Verträge digitalisiert und hochlädt. Für den Berater sei dies die Chance, dass er den Kunden eine Optimierung der Policen bieten kann – künftig, der Service soll im zweiten oder dritten Quartal kommen.

BCA: Makler muss Datenhaushalt managen

Die IT-Unterstützung für den Makler als wichtigster Job betonte auch Markus Stephan, Prokurist des Oberurseler Pools BCA. "Wir bemühen uns darum, dass der Makler seinen Datenhaushalt managen kann". Ein wichtiges Stichwort sei hier die Digitalisierung der Kunden- und Policen-Daten, damit diese immer und sofort zur Verfügung stehen. Die BCA habe daher, anstatt auf die schleppende Umsetzung der Biopro-Normen zu warten, den Prozess der Datenmigration selbst angeschoben und dies in Kooperation mit den angeschlossenen Versicherungsgesellschaften umgesetzt.

Ein anderes Beispiel für die IT-Unterstützung der BCA seien Vergleichsrechner, bei denen bestimmte Tarife für einige Berufsgruppen schon voreingestellt sind. Der Makler müsse also nicht lange die einzelnen Tarifdetails durchschauen, sondern könne die vom BCA-Team vorselektierten Tarife nehmen.

Die Amerikaner stehen vor der Tür

Blau-Direkt-Geschäftsführer Oliver Pradetto äußerte sich in seinem temperamentvollen Vortrag ähnlich. "Zwei Jahre noch, dann kommen die Amerikaner in Form von Google und Amazon auf den deutschen Versicherungsmarkt",

wartete er direkt zu Anfang. Die Makler sowie auch die Pools und Versicherer selbst müssten sich rechtzeitig, also jetzt, auf diese Konkurrenz vorbereiten.

Der richtige Weg ist aus seiner Sicht daher konsequenterweise nicht "Robo-Advice" sondern "Robo-Admin". Damit werden die Makler unterstützt, um neue Kunden zu gewinnen und vor allem bestehende zu halten. "Wir haben 89,4 Prozent der Dokumente digitalisiert. 94,2 Prozent der Daten werden automatisch synchronisiert – auch in den Maklerverwaltungsprogrammen", berichtet Pradetto. Dies sei die Grundlage für einen besseren Kundenservice: Auf diese Weise haben Makler die Hände frei, sich auf ihre Kunden zu fokussieren.

Der Co-Chef des Lübecker Maklerpools berichtete auch über die technische Entwicklung im Hintergrund. So gebe es eine App, mit der ein Vermittler die alten Policen eines Neukunden fotografieren und damit schnell die Bestandsübertragung einläuten könne. Eine andere Neuerung ist die Policenoptimierung. Das System prüfe die bestehenden Policen. Mithilfe eines Ratings des Analysehauses Franke & Bornberg könne die IT dann bessere Tarife zum gleichen Preis oder Tarife mit den gleichen Merkmalen zu einem günstigeren Preis anbieten. "Der Kunde sieht: Es kümmert sich wer um ihn", so Pradetto – bevor sie zu Amazon, Google & Co. überlaufen muss man anfügen. (jb)