



Chancen, Tools und Produkte für Makler

Betrachtet man in Deutschland die aktuelle Zahl der registrierten Makler, könnte man zu dem Schluss kommen, dass es genug Makler pro Versicherungskunden gibt. Warum also sollte ein Makler aus den gut 200 Versicherungen am Markt ausgerechnet die auswählen, die sich digital aufgestellt haben? Schließlich hat es doch auch bisher gut funktioniert.

Sinkende Maklerzahlen

Vier Monate zuvor lag diese Zahl noch um 153 höher. Und auch wenn man meinen sollte, dass Rückgänge dieser Größenordnung angesichts der Gesamtzahl nicht ins Gewicht fallen, steht diese Differenz von 153 für einen seit Jahren anhaltenden, problematischen Trend. Immer weniger Makler haben immer mehr Kunden über immer

größere geografische Flächen zu betreuen. Noch deutlicher wird das Ausmaß, wenn man die Statistik der gebundenen Vermittler einbezieht: So verlieren die Ausschließlichkeitsvermittler der Versicherer im gleichen Zeitraum von Oktober 2018 bis Januar 2019 sehr deutliche 2.209 Mitstreiter.

Chance für freie Makler

Stephen Voss, Gründer und Vorstand, Neodigital Versicherung AG

Das bedeutet auch: Ein Teil der Kunden, die in der Ausschließlichkeit wegen der Geschäftsaufgabe frei geworden sind, sucht nun eine neue Betreuung. Und hierin liegt eine große Chance für die freien Makler.

Mit dieser Chance entsteht aber zugleich eine große Herausforderung. Denn in einem von Smartphone und schneller Kommunikation geprägten Umfeld drohen Makler Kunden an alternative Vertriebswege zu verlieren. Denn längst müssen sich Makler an den schnellen digitalen Angeboten der großen Vergleichs- und Versicherungsplattformen messen lassen.

Durch diese Plattformen ist der Kunde bereits den schnellen, unkomplizierten Abschluss und eine Verarbeitung in Echtzeit gewöhnt. Und was er von Amazon und Co. gelernt hat, erwartet er auch in anderen Lebensbereichen.

Insofern geraten Makler, die nach wie vor und ausschließlich auf Excel-Tabellen, Telefon und Fax setzen, schnell an ihre Grenzen – und damit ins Hintertreffen. Zwar wird es auch in Zukunft immer Kunden geben, die den klassischen Weg bevorzugen – doch das werden mehr und mehr Einzelfälle.



Geschwindigkeit als wichtiger Faktor

Ein einfaches Beispiel aus der Praxis zeigt, wie diese Ansprüche schon heute die Abläufe verändern: Ein Kunde hat einen neuen Hund, mit dem er zur Hundeschule geht. Er hat sich über alle relevanten Dinge schon im Vorfeld informiert, im Tierfachgeschäft alles eingekauft und einen Termin für die Hundeschule bereits gefixt – aber über die Versicherung seines Vierbeiners hat der neue, stolze Hundebesitzer nicht nachgedacht. Zum ersten Termin bei der Hundeschule wird er dann jedoch vom Betreiber darum gebeten, seine Tierhalterhaftpflicht vorzuzeigen. Denn ohne darf kein Hund auf den Platz.

In diesem konkreten Fall, wie er immer wieder vorkommen kann, ist nun plötzlich ein weiterer Faktor ins Spiel gekommen: Geschwindigkeit. Die notwendige Versicherung wird schnell und möglichst sofort benötigt. Beim Makler mit Telefon und beim klassischen Versicherer ist das zeitlich jedoch gar nicht umsetzbar. Denn in der benötigten Kürze kann sich der Makler selbst gar nicht den Tarif berechnen lassen, geschweige denn eine vorzeigbare Police per Post erhalten. Und auch das würde dem Makler nicht helfen, denn sein Versicherungskunde steht ja bereits auf dem Hundetrainingsplatz.

Allerdings geht das ganze Prozedere auch deutlich schneller: Makler, die darauf eingerichtet sind, können mit ihrem Kunden am Telefon digital unterstützt im Maklerverwaltungsprogramm über einen dahinterliegenden Vergleich den passenden Tarif finden. Und durch den Einsatz digitaler und normierter Schnittstellen werden die Daten mit dem Versicherer ausgetauscht. So wird dann binnen weniger Minuten die Tierhaftpflichtpolice digital zurückgespielt. Von diesem Moment an ist der Vertrag gültig und Halter und Tier können auf dem Hundetrainingsplatz beruhigt die Sitzhaltung üben.

Fakt ist: Die heutige Gesellschaft erwartet eine Beschleunigung der Prozesse in allen Lebenslagen, fast ausnahmslos.

Das muss niemandem uneingeschränkt gefallen, doch Marktteilnehmer müssen sich darauf einstellen.

Technologische Unterstützung als Notwendigkeit

Klar ist aber auch, dass eine Tierhalterhaftpflicht nicht mit der Beratung bei einer Unfallversicherung oder einer Risikolebensversicherung zu vergleichen ist. Dennoch wird die grundsätzliche Tendenz auch anhand dieses Beispiels deutlich: Ohne technologische Unterstützung wird es künftig nicht mehr gehen. Genauso klar ist, dass künftig immer

weniger Makler immer mehr Kunden betreuen werden – was ohne technische Hilfsmittel nicht funktionieren wird.

Es geht nicht darum, den Makler in seiner Betreuung zu ersetzen, sondern darum, ihn in seiner Betreuung zu unterstützen. Dort liegt der Schlüssel zur Zukunft im Maklermarkt. Die Devise muss lauten: Das eine tun, ohne das andere sein zu lassen. Modern, flexibel und schnell zu sein und gleichzeitig vertrauensvoller Berater und informierter Spezialist zu bleiben. Beides ist gemeinsam möglich.

Zwei Dinge sind gefragt. Zum einen ein modernes, digital verknüpftes Maklerverwaltungsprogramm (unabhängig von diversen Anbietern oder vom Versicherer oder Pool bereitgestellt) und zum anderen eine essenzielle Komponente, ohne die der ganze Prozess nicht funktionieren würde: nämlich ein leistungsfähiger Versicherer, der in der Lage ist, mit digitalen und automatisierten Prozessen über normierte Schnittstellen den genannten Programmen die notwendigen Informationen zur Verfügung zu stellen. Und genauso wichtig ist es, auch Daten vom Makler beziehungsweise Kunden entgegenzunehmen und sie schnell und zielgerichtet zu verarbeiten.

Prozesse und Beratung auf einheitlichem System

Dadurch sitzt der Makler in der Schlüsselposition: Er kann dem Kunden einen professionellen und schnellen Service bieten – und kommt gleichzeitig auch seinen Dokumentationspflichten im Rahmen einer guten Betreuung nach.

Denn spätestens in Zeiten der IDD kommen auf den Einzelmakler erhöhte Anforderungen in Sachen Beratungsdokumentation zu.



Insofern ist ein Makler gut beraten, sowohl seine internen und externen Prozesse als auch die Beratung auf ein einheitliches System aufzusetzen.

Für die Branche sind in diesem Kontext eigene Normen geschaffen worden. So beschreiben etwa die „BiPRO e. V.-Normen“ standardisierte Geschäftsprozesse und Verfahrensweisen. Über diese Normen können Versicherer, Anbieter von Maklerverwaltungsprogrammen und andere Dienstleister und Serviceanbieter sicherstellen, dass ein einheitlicher Datenaustausch immer gleich und damit gleich schnell vonstattengehen kann.

Damit nutzt dieses Vorgehen dem Makler und letztendlich auch dem Kunden – denn es steigern sich sowohl die Geschwindigkeit als auch die Verarbeitungssicherheit. Dadurch verbessert sich letztlich das Leistungsangebot des Maklers an den Kunden, der optimal betreut wird und in der Leistung optimal versichert ist. Und damit steht unterm Strich der Kunde im Mittelpunkt. Ein Grund mehr für Makler, sich mit dem Thema digitale Versicherer und digitale Tools intensiv auseinanderzusetzen.

[Neodigital Versicherung AG](#), Mail: info@neodigital.de

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4916701/chancen-tools-und-produkte-fuer-makler/>