

HIGH

QUALITY
LEVEL

Qualitätsoffensive der Versicherer im Vertrieb?

Der Vermittlermarkt in der Assekuranz befindet sich in einer Phase deutlicher Konsolidierung. Immer weniger qualifizierte Außendienstler werden im Verhältnis immer mehr Kunden betreuen müssen; zugleich steigen die Marktanteile der Top-Vermittler. Dies zwingt die Versicherungsunternehmen, ihre Vertriebspartner in Zukunft noch zielgerichteter und effektiver zu unterstützen. Außerdem müssen sie ihre Prozesse noch stärker optimieren und kundenorientiert ausrichten, und nicht zuletzt die Spitzenkräfte im Vermittlermarkt noch stärker an das eigene Haus binden bzw. für sich gewinnen. Wie gut die Bewältigung dieser Herausforderungen bereits gelingt, können Versicherungsunternehmen im Rahmen der großen Verbundstudie „Qualitätsmonitor AO-Vertrieb“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN überprüfen. In der aktuellen Ausgabe wurden über 8.000 Vermittler großer Konzerne (50 Prozent der Top 10), von Mehr- und Einsparten-Versicherern sowie von kleineren regionalen Versicherungsunternehmen exklusiv befragt (Ausgabe 2015 derzeit in Planung). Große Performanceunterschiede zwischen einzelnen Gesellschaften und Sparten. Dabei zeigt sich beispielsweise, dass der Anteil der Vertriebspartner, die von ihrer eigenen Gesellschaft in hohem Maße überzeugt sind (Gesamtzufriedenheitsurteil: „hervorragend“ bzw. „sehr gut“) sehr deutlich zwischen rund 20 und 50 Prozent schwankt. Zugleich bewegt sich der Anteil wechselwilliger Ausschließlichkeitsvertreter in einer Spanne von 5 bis 30 Prozent. Noch stärker schwankt das für die Vermittlerbindung zunehmend relevante Image im Markt: zwischen 15 und 70 Prozent der Vermittler beurteilen das Image ihrer eigenen Gesellschaft hier ausdrücklich positiv. Ergebnisse, die auf dringenden Handlungsbedarf in einzelnen Gesellschaften hinweisen, und den beteiligten Versicherungsunternehmen zugleich wichtige Orientierungsmaßstäbe, Benchmarks und Best Practices liefern. Im Detail drückt der Schuh aus Vermittlersicht oft noch in punkto Nachvollziehbarkeit und Fairness von Provisionen und Zielen, bei der IT-Unterstützung (speziell Bestandverwaltung) sowie spartenbezogen bei der Performance der Kompositversicherungen, die grundsätzlich als wichtiger Wachstumsmotor angesehen werden. Zugleich sind die Unterschiede zwischen einzelnen Kompositprodukten und Anbietern gewaltig: Während nur 10 Prozent der Vermittler mit den eigenen Kraftfahrtprodukten zufrieden sind (Anteil „hervorragend“ oder „sehr gut“), liegt dieser Anteil in den Sparten Unfall und Rechtsschutz mit 36 Prozent deutlich höher. Zwischen den Gesellschaften schwanken diese Werte um über 50 Prozentpunkte - mit entsprechenden Auswirkungen auf die Verkaufsmotivation der eigenen Vertriebler. „Einzelne Versicherungsunternehmen sind im AO-Vertrieb recht stark aufgestellt, mehrheitlich zeigen sich aber noch deutliche Entwicklungspotenziale“, sagt Axel Stempel, Geschäftsführer bei Heute und Morgen. „Um die Qualität wirksam zu steigern, ist es wichtig, die

Prozesse spartenspezifisch zu untersuchen, um einzelnen Abteilungen konkrete Optimierungsempfehlungen geben zu können.“ Folgende zehn Leistungsbereiche werden im „Qualitätsmonitor AO-Vertrieb“ daher spartenspezifisch differenziert: Image Produkte Konditionen Marketingunterstützung Vertriebsunterstützung IT-Unterstützung Schulungen Innendienst Antragsbearbeitung Leistungsbearbeitung Bindungstreiber: Wovon Vermittler sich überzeugen und binden lassen Als wichtigste Treiber der Bindung der Vermittler an ihre Gesellschaft können folgende Faktoren ausgemacht werden: die Wettbewerbsfähigkeit der kompletten Produktpalette, die Fairness und Nachvollziehbarkeit der Vergütung, das Image der Versicherungsunternehmen sowie nicht zuletzt die unmittelbare Vertriebsunterstützung durch persönliche Verkaufunterstützung sowie Informationsmaterial. Die Stärke der Relevanz der einzelnen Treiber der Vermittlerbindung kann von Gesellschaft zu Gesellschaft variieren. Bild: © Olivier Le Moal / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4941656/qualitaetsoffensive-der-versicherer-im-vertrieb/>