



Sich künftig gegen Amazon behaupten

Der Online-Versandhändler Amazon wird in den Versicherungsmarkt einsteigen und greift damit die Versicherungsbranche an. Doch was bedeutet das für die Vermittler? Können und sollten sie sich jetzt schon darauf vorbereiten?

Die entscheidenden Vorteile von Amazon

In Stellenanzeigen sucht Amazon für seinen London-Standort Versicherungsexperten für den Aufbau eines neuen Unternehmens. Sprachkenntnisse in Deutsch, Französisch und Spanisch seien von Vorteil. Soweit so offensichtlich: Amazon bereitet seinen Eintritt in den europäischen Versicherungsmarkt vor – und ändert damit die Spielregeln des traditionellen Versicherungsmarkts.

Als Online-Versandhändler mit internationaler Präsenz greift Amazon auf eine immense Kundenbasis und Kundenwissen zurück. Auf Basis der Vielzahl an Kundendaten, über die Amazon verfügt, und der jahrelangen Erfahrung in puncto digitaler Kaufverhaltensanalyse kann der Versandhändler Angebote exakt auf den Einzelkunden zuschneiden. Ein hohe Kompetenz im Umgang mit kundenorientierten Technologien und praktisch unerschöpfliche finanzielle Mittel verschaffen Amazon einen zusätzlichen Vorteil gegenüber etablierten Versicherern und Versicherungsmaklern.

Versicherungsmakler müssen ihre Unternehmen digital durchstrukturieren

Die meisten Maklerhäuser haben verstanden, dass nur durch Hinterfragen der bisherigen Prozesse in Bezug auf Verwaltung und Beratung der Kundenbestand gehalten und ausgebaut werden kann. Doch Wissen allein reicht nicht aus. Aber welche Maßnahmen können Versicherungsmakler konkret vornehmen? Dazu lohnt es, sich selbst einige Fragen zu beantworten:

- Sind alle Kundendaten unter einer zentralen Oberfläche einsehbar?
- Lege ich Kunden- und Vertragsdaten, sowie die Dokumente noch selbst in meinem Maklerverwaltungsprogramm an oder erfolgt dies automatisiert?
- Werden Routineaufgaben durch das Maklerverwaltungsprogramm automatisiert durchgeführt? Beispiel: Kündigung der Vorversicherung bei Antragstellung.
- Weist mich das Maklerverwaltungsprogramm auf Versorgungslücken oder mögliche Bestandsübertragungen hin?
- Unterstützt mein Maklerverwaltungsprogramm Kampagnen, um die Beratungsqualität zu erhöhen?

Fakt ist: Maschinen bearbeiten standardisierte Vorgänge schneller und zuverlässiger als Menschen. Das schafft zeitlichen Freiraum, um sich um die wichtigen Themen, wie die Kundenberatung zu kümmern. Und diese Zeit werden Sie brauchen. Je weniger Zeit in Verwaltungsarbeit und je mehr Zeit in Kundenberatung investiert wird, desto zufriedener der Kunde – und desto weniger Angriffsfläche bietet der eigene Bestand.

Medial werden vor allem die Wachstumsstorys von InsurTechs wie [Clark](#), Vergleichsportalen wie [Check 24](#) oder der Einstieg von Internetgiganten ins Versicherungsgeschäft wie Amazon verbreitet. Dabei entsteht schnell der Eindruck, dass Versicherungsvermittler bald überflüssig sind. Das glaube ich nicht. Im Gegenteil, es gab in der Vergangenheit kaum einen besseren Zeitpunkt, um Versicherungen zu vermitteln:

Die Anzahl an Beratern sinkt Jahr für Jahr. Laut [DIHK](#)-Statistik vom 02. Januar 2018 haben gut 7.000 Vermittler den Markt verlassen. Somit erhöht sich der nicht betreute und damit potenzielle Kundenkreis jedes Jahr automatisch. Das Durchschnittsalter in der Branche liegt bei über 50 Jahren. Viele Makler gehen Jahr für Jahr in den Ruhestand und suchen einen Nachfolger zur Betreuung der Bestände. Die Arbeitslosenquote ist so niedrig wie seit 25 Jahren nicht mehr. Erwerbstätige sparen mehr und haben einen höheren Versicherungsbedarf. Die Kapitalanlagegesellschaft [Amundi](#) hat in einer Umfrage festgestellt, dass sich 80 Prozent der Befragten zur Altersvorsorge eine persönliche Beratung wünschen. Smarte IT-Lösungen bearbeiten stupide Verwaltungstätigkeiten, so dass mehr Zeit bleibt, um anspruchsvolle Kundenlösungen zu erarbeiten. Die Regulierung verhindert Wildwuchs in der Onlineberatung, wie die Klage des Bundesverbands Deutscher Versicherungskaufleute gegenüber Check24 zeigt.

All das sind Gründe, weshalb immer mehr branchenfremde Personen im Versicherungsbereich mit innovativen Ideen Marktanteile gewinnen wollen. Doch darauf können Sie sich einstellen. Und mit der richtigen Strategie halten Sie nicht nur Kunden, sondern bauen Ihren Bestand jedes Jahr aus.

Weniger Verwaltungsaufwand und höhere Beratungsqualität mit digitalen Tools

Die gute Nachricht für Versicherungsmakler: Auf dem Markt gibt es bereits eine Vielzahl digitaler Tools zur Reduktion des Verwaltungsaufwands. Die weniger gute Nachricht: Viele verschiedene Anbieter entwickeln Einzeltools, die

untereinander nur rudimentär kommunizieren. Das jeweilige Tool erfüllt zwar seinen ursprünglichen Verwendungszweck, doch eine gesamtheitliche, smarte Lösung sieht anders aus.

So zum Beispiel bei den Vergleichsrechnern: Die Rechner ermitteln Produkte verschiedener Anbieter. Anschließend können unterschiedliche Leistungen verglichen und ein Onlineantrag gestellt werden. Das Tool hat mit Vertragsabschluss ausgedient – der Verwaltungsprozess fängt jetzt aber erst an. Deshalb müssen Tools wie Vergleichsrechner viel mehr als digitale Assistenten konzipiert werden.

Der Deutsche Maklerverbund (DEMV) beispielsweise stellt seinen Mitgliedern innerhalb des Maklerverwaltungsprogramms Professional works Vergleichsrechner zur Verfügung, die wie ein digitaler Sachbearbeiter funktioniert. Wird ein Vertrag online abgeschlossen, laufen im Anschluss alle weiteren Schritte automatisch ab. Der Versicherungsmakler profitiert von einer erheblichen Zeitersparnis.

Das Wissen über die eigenen Kunden ist entscheidend

Um neben einem Konzern wie Amazon bestehen zu können, muss der Versicherungsmakler in kleinem Stil das anstreben, was sich Amazon über Jahre in beachtlichem Ausmaß erarbeitet hat: Wissen über die eigenen Kunden. Die enorme Datenbasis und entsprechende Analyseverfahren ermöglichen es dem datengetriebenen Softwarekonzern, die eigenen Kunden extrem personalisiert anzusprechen ohne sie persönlich zu kennen.

Um mithalten zu können, müssen Versicherungsmakler ausgesprochen gut über Ihre Kunden informiert sein. Doch Kundendaten ändern sich fortlaufend, sei es durch die Hochzeit, die Geburt von Kindern oder einen Immobilienkauf. Die wenigsten Kunden melden sich proaktiv bei Ihrem Makler rück, weshalb diesem entscheidende Informationen fehlen und die bestmögliche Beratung unmöglich wird.

Um immer über die aktuellen Kundendaten zu verfügen, bietet DEMV ein Check-up-Tool an, mit dem das Jahresgespräch automatisiert werden kann. So wird sowohl Zeit eingespart als auch die Beratungsqualität erhöht – ein wichtiger Schritt, um neben einem Profi wie Amazon bestehen zu können.

Bild: © Photobank / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4944330/sich-kuenftig-gegen-amazon-behaupten/>