



Veränderungen im Versicherungsmarkt bieten Chancen

Was ist zukünftig für den zunehmend hybriden Kunden wichtig? Welche Rolle spielen dabei die Vertriebspartner? Welche Eigenschaften zeichnen ein modernes Versicherungsunternehmen heute und in Zukunft aus? Welche Weichen sind für nachhaltigen Erfolg zu stellen? Alles in allem Fragen, die ein Unternehmen regelmäßig auf den Prüfstand stellen, um sich im Wettbewerb zu positionieren. Die Redaktion des Experten Report spricht mit Jürgen Horstmann, Mitglied der Geschäftsleitung Helvetia Deutschland und Leiter Vertrieb & Marketing, über das Wertebild, die Mission und die Zukunftspläne von Helvetia Versicherungen Deutschland.

Die Veränderungen im Versicherungsmarkt bieten vielfältige Chancen. Helvetia nutzt das wirtschaftliche Umfeld und die Digitalisierung für ertragreiches Wachstum. Neue Produktwelten entstehen und die Kunden werden individueller und anspruchsvoller – wir richten unser Handeln noch konsequenter auf die Kundenwünsche aus. Kernstück der Unternehmensstrategie ist das neue Markenversprechen „einfach und klar“.

Ziel ist, das Thema Versicherung für unsere Kunden so leicht wie möglich zu machen. Selbst für komplexe Absicherungsbedürfnisse werden einfache, bedarfsgerechte und flexible Lösungen angeboten und dem Kunden verständlich erklärt. Wir arbeiten kontinuierlich daran, alle Vorgänge schnell und unkompliziert abzuwickeln und über den vom Kunden situativ gewählten Touchpoint erreichbar zu sein. Persönlich und online.

Herr Horstmann, wie beschreiben Sie die Mission Ihres Unternehmens heute und in Zukunft? Sie definieren

Vertrauen, Dynamik und Begeisterung für Ihr Wertebild? Wie erleben Ihre Vertriebspartner und auch Kunden diese?

Die Mission der Helvetia-Gruppe ist es, die erfolgreiche internationale Tätigkeit in ausgewählten Märkten auszubauen. Traditionelle Schweizer Werte und moderne Versicherungsprodukte – wir verbinden das Beste aus beiden Welten und orientieren uns dabei an den Wünschen und Bedürfnissen unserer Partner und Kunden. Qualität, Verlässlichkeit und konsequente Kundenorientierung treffen auf zukunftsorientierte Produkte, innovative Lösungen und zeitgemäße Kommunikationskanäle.

In welcher Form wird Helvetia den typisch schweizerischen Attributen in puncto Kapitalanlage gerecht? Und wie profitieren Ihre Kunden im Segment der Altersvorsorge davon?

Wir erwirtschaften Ertrag und Wachstum durch nachhaltige Kapitalanlage, zuverlässige Produkte und Dienstleistungen. In Bezug auf Lebensversicherungen ist und bleibt die Niedrigzinsphase ein bedeutender Faktor. Dass die Helvetia

nach wie vor als verlässliches Unternehmen gilt, bestätigt das „A“-Rating von Standard & Poor's im Dezember 2017.



Regulatorik, Technisierung und Digitalisierung reformieren die Assekuranz grundlegend. Welche Position bezieht Helvetia in Deutschland – wie „digital ready“ ist das Unternehmen?

Wir sehen die Digitalisierung als Chance für alle. Wir können mit unseren Kunden über verschiedenste Kanäle kommunizieren und binden unsere Partner stärker in die Systeme ein. Die Digitalisierung hilft uns, Prozesse zu automatisieren und Daten intelligent miteinander zu verknüpfen. Gerade in der Schadensbearbeitung und im Kundenservice können neue Technologien dabei unterstützen, einen besseren Service leisten zu können. Der persönliche Kontakt zum Kunden bleibt das Wichtigste. Die sinnvolle Kombination von Mensch und Maschine schafft Mehrwert für Kunden und Mitarbeiter.

Die zurückliegenden Jahre der Branche waren auch von einer unbeschreiblichen Produktvielfalt geprägt – gleichzeitig nimmt der Ruf nach einfachen und verständlichen Produkten zu. Welchen Beitrag leistet Helvetia zu mehr Transparenz?

Auch hier greift unser neuer Markenauftritt. Jeder Kundenkontakt soll Einfachheit und Klarheit zeigen: von der werblichen Kommunikation über die Beratung, die den Kunden relevante Informationen transparent nahebringt, bis zur Abwicklung im Schadensfall. Aber auch hinter den Kulissen stehen wir für transparente Prozesse und klare Informationen. So schaffen wir das Vertrauen, das eine langfristige Beziehung braucht.

Gewerbekunden stehen zunehmend im Fokus der Produkthanbieter. Welche Produktstrategie verfolgen Sie für diese interessante Klientel?

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und die damit verbundenen Gewerbeversicherungen gehören seit vielen Jahren zu den Hauptzielgruppen von Helvetia. Neben maßgeschneiderten Zielgruppenprodukten und einfachen Verkaufsprozessen bieten wir unseren Partnern Unterstützung bei Vor-Ort-Terminen bezüglich Risikobewertung und Angebotserstellung.

Helvetia bietet modulare Bündelprodukte für spezielle Branchen an, zum Beispiel für Autohäuser, Hotels/ Gaststätten oder für kleine und mittelständische Unternehmen. Alle relevanten Risiken können einfach

in einem Vertrag abgedeckt werden. Deckungslücken oder Doppelversicherungen können vermieden und der Verwaltungsaufwand reduziert werden.

Spätestens seit WannaCry hat das Thema Cyberschutz an Wahrnehmung gewonnen. Was bietet Helvetia hier sowohl dem Geschäftskunden als auch dem Privatmann an?

Beispiele für Cyberrisiken gibt es viele. Betroffen sind nicht nur Großkonzerne, sondern gerade auch kleine und mittelständische Unternehmen – Tendenz steigend. Trotz entstandener Schäden machen sich viele Unternehmen immer noch zu wenig Gedanken über die entsprechenden Risiken. Seit März bieten wir eine Cyberversicherung an. Diese übernimmt Eigen- und Drittschäden und sichert außerordentliche sowie nicht kalkulierbare Kosten des Unternehmens ab. Zielgruppe sind kleine und mittlere Unternehmen mit bis zu 50 Millionen Euro Umsatz im Jahr. Deren Versicherungsschutz kann um die Cyberdeckung erweitert werden.

Ein Tarifdickicht in Kombination mit regulatorischen Vorgaben gestaltet die Kundenberatung zunehmend anspruchsvoller. Wie unterstützen Sie Ihre Vertriebspartner?

Generell müssen wir vielen gesetzlichen Regelungen und Vorschriften gerecht werden. Dieses hohe Maß an Bürokratie zu bewältigen, ist auf jeden Fall eine Herausforderung. Zunehmend Unterstützung erhalten unsere Vertriebspartner über unser Vertriebsportal HelvetiaNet, das eine steigende Anzahl an Services und Leistungen rund um die Uhr ermöglicht. Dazu zählen zum Beispiel Schadensprozesse.

IDD und DSGVO stellen insbesondere kleinere und mittlere Maklerunternehmen vor immense Herausforderungen. Begleiten Sie den Versicherungsmakler mit konkreten Maßnahmen?



Über Produktänderungen und die sachgerechten Informationen informieren wir rechtzeitig. IPIDs für die Versicherungsprodukte stehen zur Verfügung und sind in unseren Tarifrechnern und Vertragsunterlagen integriert. In unserer Angebotssoftware sind die für die Beratung notwendigen Tools eingefügt. Unsere Vertriebspartner wurden hinsichtlich der DSGVO umfangreich informiert. Jeder Makler hat seinen persönlichen Ansprechpartner.

Herr Horstmann, vielen Dank für das ausführliche Gespräch.

Bilder: (1) © Helvetia Deutschland (2) © experten-netzwerk GmbH

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4945105/veraenderungen-im-versicherungsmarkt-bieten-chancen/>