

Hohe Kosten beim Versicherer durch ineffiziente Anbindung der Vertriebe

04.03.2009, 13:57 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *markus oliver GmbH & Co. KG*

Versicherer investieren stark in die technische und organisatorische Unterstützung der Vertriebswege. Dabei vernachlässigen sie ihre eigenen end-to-end Prozesse, die beim Kunden starten und über den Vertrieb bis in das Back Office führen. Vielerorts stehen zwar die richtigen Werkzeuge bereit, doch deren wertsteigernder und kostensparender Einsatz bleibt oft aus. Dies ergibt die Umfrage „Branchenbenchmark - Versicherungsvertrieb“ der Markus Oliver GmbH & Co. KG.

Kostennachteile durch teure Betreuung und fehlende Integration

Der Service der Versicherer für den Vertrieb umfasst heute vor allem umfangreiche Informationsdienste mittels moderner Kommunikationstechnologien sowie eine kostenintensive, organisatorische Unterstützung. So werden neben der laufenden Betreuung auch Spezialisten für die Forcierung des Verkaufs komplexer Produkte eingesetzt, was den Personalaufwand der Versicherer nach oben treibt.

Sechs von zehn Vertriebspartnern werden derzeit nicht in zentrale Kampagnen der Versicherer eingebunden, womit eine enge und koordinierte Planung der künftigen Massnahmen nicht stattfindet. Kampagnenziele werden nicht erreicht und komplexe, kostspielige Abstimmungs- und Transaktionsprozesse mindern die Rentabilität des Versicherers nachhaltig.

Um die Beratung am Point of Sale (PoS) auf einem einheitlich hohen Niveau zu sichern, können individuelle Beratungsanwendungen eingesetzt werden. Im Bereich der Lebensversicherung stellen derzeit 75% der Versicherer ihren Vertriebspartnern eine technische Unterstützung für die Beratung zur Verfügung - für das Segment Komposit ist es nur noch jede zweite und im Krankenversicherungsfeld sind es unter 40% der Assekuranzen, die ihren Partnern eine Beratungsanwendung zur Verfügung stellen. Der Beratungsprozess selbst wird in den meisten Fällen nicht elektronisch dokumentiert.

Antrags- und Überleitungsprozesse nicht durchgängig elektronisch

Sofern die elektronische Erfassung der Anträge am PoS möglich ist, bleibt für den Vertrieb ein weiteres Manko. Bei lediglich der Hälfte der Versicherer besteht (in der Sparte Lebensversicherung) für den Vertrieb die Möglichkeit einer schnellen, elektronischen Überleitung der Anträge an die weiterverarbeitenden Einheiten. Besonders erstaunlich ist dabei, dass im Umfeld des „Brot und Butter-Geschäfts“ Komposit lediglich 50% der Versicherer eine elektronische Überleitung der Anträge ermöglichen. Klar darunter liegt der Wert noch im Umfeld der Krankenversicherungssparte.

In Punkto Qualität haben die Versicherer zugelegt und dennoch zeigen sich ein Viertel der Vertriebspartner unzufrieden mit einer zu hohen Fehlerquote bei der Policierung.

"Heute gilt: Fehlervermeidung vor Fehlerbehebung vom Start weg. Von Beginn an ist der Vertrieb in die relevanten Prozesse zu integrieren. Dies ist der Erfolgsfaktor für einen rentablen end-to-end Prozess. Dabei sollen nur noch wertsteigernde Aktivitäten durchgeführt werden - bei maximaler Vereinfachung und Standardisierung“, sagt Oliver Karalus von Markus Oliver Management Consultants.

Eigenpolicierung am Point of Sale noch kein Standard

Vertriebe sehen ihre Verkaufspotentiale im direkten Kontakt mit den Kunden heute noch nicht optimal gefördert. So können die Verkäufer die Vorteile der sofortigen Policierung am PoS häufig nicht erzielen. Derzeit bieten weniger als

15% der Versicherungen in den Bereichen Komposit und Krankenversicherung ihren Partnern die Möglichkeit einer Eigenpolicierung an. Deutlich niedriger fällt dieser Wert im Ressort der Lebensversicherung aus.

„Das Unterlassen der Harmonisierung von Prozessen zwischen Vertrieb und Betrieb erschwert nicht nur eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Auch die Geschäftsentwicklung wird dadurch massiv gebremst und auf der Hand liegende Einsparpotentiale bleiben unerschlossen“, sagt Markus Spieleder von Markus Oliver Management Consultants.

Invitatio-Verfahren auf dem Vormarsch

Neben dem klassischen Antragsmodell haben die Versicherer heute das Invitatio-Verfahren vielerorts eingeführt (bei etwa 40% für die Sparte Krankenversicherung und bei 75 % im Produktbereich Leben). Dabei akzeptiert nur jede zweite Versicherung den Makler in der Rolle des Sachwalters. Einer von vier Versicherern gewährt dem Endkunden im Rahmen des Invitatio-Verfahrens eine obligatorisch vorläufige Deckung.

Schadensregulierung und Leistungserstellung mit hohem manuellen Anteil

Für die Erfassung und Regulierung von Schäden stellen aktuell die wenigsten Versicherer eine durchgängig elektronische Unterstützung zur Verfügung. So stellen lediglich vier von zehn Anbietern elektronisch weiter zu bearbeitende Formulare bereit. Der „Branchenbenchmark Versicherungsvertrieb“ ergibt des Weiteren, dass ein professionelles und durchgängiges Tracking zum Status der Schadensregulierung nicht möglich ist. Dies führt zu komplexen Abstimmungs- und Nachfrageprozessen, unter denen der Vertrieb, das Back Office und häufig auch der Kunde leidet.

Verbesserte Informationsbasis zur Stornoprävention notwendig

Die richtige Information zur richtigen Zeit - das ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Jeden. Hier besteht die Herausforderung, denn gegenwärtig gewähren nur wenige Versicherer ihren Vertriebspartnern elektronischen Zugriff auf die Kundenkontakt-historie. Damit bleiben wertvolle Informationen oft ungenutzt und Vertriebspotentiale werden nicht vollumfänglich ausgeschöpft.

Die Kunden gezielt zu kontaktieren und möglichen Storni frühzeitig entgegen zu wirken, bleibt ein entscheidender Hebel für die Vermeidung von Kundenabgängen. Spezielle Frühwarnsysteme, welche Klarheit zu spezifischen Indikatoren und Stornodaten liefern, haben sich jedoch noch nicht komplett durchgesetzt. Nur knapp jede zweite Versicherung nutzt diese Lösungen.

Zu guter Letzt ist es aus Sicht der Versicherer ratsam, einen weiteren Ausbau der Serviceleistungen in Bezug auf laufend verfügbare Statistiken, In-/Exkassodaten und Provisionsstatus voranzutreiben. Denn je qualifizierter und aktueller die verfügbaren Informationen für den Vertrieb, desto effizienter und rentabler ist das Geschäft.

Portrait

Das Expertenteam von Markus Oliver ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum der Gründer mit ausgewiesener Expertise in der Finanzbranche. Im Bereich Kunden- und Vertriebsmanagement stehen insbesondere Stabilisierungs-, Wachstums- und Effizienzprogramme im Fokus.

Die Kunden profitieren dabei von einem fokussierten und ganzheitlichen Leistungsspektrum - beginnend mit der Formulierung strategischer Optionen bis hin zur Umsetzung individueller Lösungen, sowohl auf prozessualer als auch auf

organisatorischer Ebene. Markus Oliver wurde 2007 gegründet und hat seinen Unternehmenssitz in München.

News-ID: 287867 • Views: 2082 (Stand: 27.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/287867/Hohe-Kosten-beim-Versicherer-durch-ineffiziente-Anbindung-der-Vertriebe.html>