

Versicherungsforen-**Themendossier**

Versicherungsforen-Themendossier Nr. 6/2018

Aktuelle Entwicklungen in der Versicherungs- wirtschaft

1. Quartal 2018

Auszug

Bernhard Schneider, BISS GmbH:
Neue Technologien und steigende
Innovationsbereitschaft bestimmen die Trends am
Point of Sale
Expertenbefragung „IT-Trends am Point of Sale 2018“

Versicherungsforen-**Themendossier**

Eine Publikation der

 **Versicherungsforen Leipzig**

Neue Technologien und steigende Innovationsbereitschaft bestimmen die Trends am Point of Sale

Expertenbefragung „IT-Trends am Point of Sale 2018“

Technologische Innovationen und IT-basierte Trends treiben die Entwicklungen an den Points of Sales & Service wieder deutlich stärker als die Aktivitäten der InsurTech-Szene. Der BISS IT-Trends-Indikator (die gewichtete Bedeutung aller IT-Trends für den Versicherungsvertrieb) steigt deutlich von 59 Prozent im Vorjahr auf 67 Prozent. Doch alle Trends, die mit InsurTechs assoziiert wurden, wie mobile Versicherungsordner oder Kurzfrist- und Ausschnittsversicherungen per App, fallen stark in der Bedeutungseinschätzung der befragten Experten. Die Entzauberung der InsurTechs führt zu einer Rückbesinnung auf die Kernaufgaben der technologiege-

triebenen Digitalisierung in der Versicherungswirtschaft, allerdings jetzt mit mehr Lust zur Innovation.

Die Ergebnisse der neusten BISS-Expertenbefragung zu den aktuellen IT-Trends an den Points of Sales & Service der Versicherungswirtschaft lassen sich teilweise als Ernüchterung über die mangelnde Disruptionsfähigkeit, besonders an der Kundenschnittstelle, interpretieren. Dennoch hat die InsurTech-Welle Veränderungen ausgelöst. Die Bereitschaft, sich mit neuen Technologien auseinanderzusetzen, auch ohne einen konkreten Business Case vorweisen zu können, das Sponsoring von

Innovationslaboren und nicht zuletzt die Investitionen in Neugründungen gerade durch die etablierten Versicherer wären so vor wenigen Jahren kaum vorstellbar gewesen. Die Versicherungswirtschaft wurde bisher nicht neu erfunden, doch der Impuls zur Verstärkung der Digitalisierungsanstrengungen wird deutlich.

Digitale Integration der Customer Journey

Im Fokus der befragten Experten stehen auch wieder die klassischen Themen der Digitalisierung, wie die stärkere Verzahnung von Innen- und Außendienst, verstärkte Schnittstellenangebote an

Welche Trends werden aus Ihrer Sicht im Vertrieb und Kundenservice in den nächsten zwölf bis 18 Monaten eine Rolle spielen?	Bereich	Summe sehr wichtig & wichtig	Veränderung gegenüber Vorjahr	Summe weniger wichtig & unwichtig	Veränderung gegenüber Vorjahr	Tendenz
stärkere Verzahnung/Integration von zentralem Kundenservice und Vertrieb/Außendienst	Funktionen am Point of Sales & Service	92%	1%	8%	-1%	→
B2B-Schnittstellen (Öffnung bestimmter Prozesse für Kooperationspartner)	Prozessoptimierung	88%	4%	8%	-6%	↗
Risikoprüfung am PoSS	Prozessoptimierung	83%	-2%	17%	2%	↗
Qualitätssicherung/Dokumentation in der Kundenberatung und/oder im Verkauf	Funktionen am Point of Sales & Service	81%	7%	19%	-5%	↑
Elektronische Unterschrift	Prozessoptimierung	79%	-17%	19%	15%	↘

Abbildung 1: Top5 IT-Trends am Point of Sale 2018 (©BISS-Studie 2011-2018)

externe Partner und konkrete Prozessoptimierungen, wie die Risikoprüfung am Point of Sale. Währenddessen verlieren typische InsurTech-Angebote, die primär den Endkunden adressieren, wie Mobile Apps in allen Spielarten. Aus Sicht der Experten haben nur Kundenportale und Beratungsautomation für die Kundenschnittstelle wachsende Bedeutung. Denn der klassische personengebundene Vertrieb verändert sich gleichzeitig ebenfalls. Die Vermittlerzahlen gehen weiter zurück, aber Betriebs- und Bestandsgrößen und die Produktivität steigen, so dass von einer Professionalisierung auszugehen ist.

So wird die Customer Journey im Versicherungsvertrieb der Zukunft mittlerweile deutlicher: Der potentielle Kunde kommt zukünftig eher von einer wachsenden Vielzahl von Touchpoints, wie der Homepage, Kundenportalen, Vergleichern, aber auch Sprachschnittstellen oder Messengern, wird von Chatbots vorqualifiziert und bei einfachen Anliegen über Robo-Advisor versorgt oder bei komplexerem Beratungsbedarf an die verschiedenen Formen des Personenvertriebs (vom Callcenter Agent bis zum Ausschließlichkeitsagenten oder Makler) übergeleitet.

Rahmenbedingungen und Umsetzungsstrategien

Neben der Expertise in den entsprechenden Technologien benötigt dieses Szenario vor allem die Integration der Kundenschnittstellen und des Innen- und Außendienstes, die als einer der vorrangigsten Aufgaben der Versicherungswirtschaft gesehen werden. Dass sich diese Trendeinschätzung seit Jahren kaum verändert, könnte allerdings bedeuten, dass sich die Unternehmen damit nach wie vor schwer tun. Und ein weiterer Punkt bleibt in diesem Zusammenhang vorerst noch offen: Wie erfolgt konkret die Bedarfsweckung bzw. die Erstanfrage des Kunden, die die Customer Journey initiieren und den Besuch des ersten (technischen) Touchpoints auslösen? Besonders wenn vor dem Hintergrund zunehmender Regulierungen und knapperen Vertriebsressourcen die klassische persönliche Ansprache durch den Vertrieb seltener wird könnte Big-Data-getriebenes (Direkt-)Marketing die Antwort sein. Zumindest halten die befragten Experten seit längerem den Einsatz von Systemen zur Datenanalyse mit um die 90 Prozent Bedeutung für einen der wichtigsten IT-Trends für den Point of Sale.

Die Rahmenbedingungen der IT-Trend-Umsetzung bleiben im Hinblick auf den Einsatz von Normen und Softwareeinsatzszenarien („Buy and Customize“ als Stichwort) stabil. Allerdings ist das Interesse an technologischen Innovationen deutlich gewachsen, exemplarisch zu sehen an der generellen Bedeutungseinschätzung von 75 Prozent für die Blockchaintechnologie, obwohl nur 52 Prozent der Befragten einen konkreten Einsatz im Versicherungsbereich (bei Smart Contracts) für wichtig erachten.

Wie geht es weiter an der Kundenschnittstelle?

Festzuhalten bleibt: Die erste, vertriebsorientierte InsurTech-Welle hatte die Versicherungswirtschaft deutlich verunsichert. Diese siebte BISS-Expertenumfrage zu den IT-Trends im Versicherungsvertrieb zeigt, dass die Phase der Neuorientierung einerseits zu mehr Innovationsbereitschaft der etablierten Player führt und andererseits die vorhandenen prozessorientierten Digitalisierungsbemühungen stärkt. Beides sind Voraussetzungen für die Zukunftssicherung der Branche. Allerdings war eine wichtige Erkenntnis aus dem InsurTech-Hype, dass die Kundenschnittstelle ein

deutliches Update verträgt, um Versicherungen nicht nur für junge Kunden attraktiver zu machen. Diese Erkenntnis sollte nicht verloren gehen in Zeiten, in denen Amazon und Google den Versicherungsmarkt wieder neu entdecken.

Autor



Bernhard Schneider
Leiter Vertrieb/Marketing
BISS GmbH

Über die Umfrage IT-TRENDS AM POINT OF SALE 2018

„IT-Trends an den Points of Sales 2018“ in der Versicherungswirtschaft ist eine jährliche Expertenbefragung der BISS GmbH, die im Dezember 2017/Januar 2018 zum siebten Mal durchgeführt wurde. Die Befragung ist nur auf Einladung zugänglich. Die Beantwortung der Fragen erfolgt anonym.

Teilgenommen haben dieses Mal 52 Experten aus Versicherungs-, Vertriebs- und Beratungsgesellschaften, etwa zu 40 Prozent aus den Bereichen Vertrieb/Marketing/Beratung und zu 60 Prozent aus den Bereichen IT/BO. Etwa die Hälfte der Befragten war in Führungsfunktionen tätig, die andere Hälfte waren Fachexperten oder Berater.

Obwohl die Auswahl und Anzahl der Teilnehmer bei einer Expertenbefragung keine statistische Repräsentativität ermöglichen, haben sich die Ergebnisse immer wieder als zuverlässige Trendaussagen besonders engagierter und sachkundiger Fach- und Führungskräfte erwiesen.

Impressum

Autor(en) des vorliegenden Themendossiers

Magdalena Dröse et al.

T +49 341 98988-225

E magdalena.droese@versicherungsforen.net

Titelbild: © jrwt - Fotolia.com

Feedback zum vorliegenden Themendossier

Wenn Sie uns Ihre Meinung mitteilen möchten, würde uns das sehr freuen. Vielleicht gibt es ja ein spezielles Thema, über das Sie im Themendossier einmal lesen möchten? Haben Sie weitere Fragen und Anregungen oder Anlass zur Kritik? In jedem Fall freuen wir uns über eine Nachricht von Ihnen.

Bitte senden Sie Ihre Kommentare an

Magdalena Dröse

T +49 341 98988-225

E magdalena.droese@versicherungsforen.net

Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers

Aufgrund der Partnerschaft Ihres Unternehmens mit den Versicherungsforen Leipzig steht Ihnen das Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers unternehmensweit zur Verfügung! Gern können Sie deshalb weitere Empfänger aus Ihrem Haus registrieren lassen. Dazu genügt eine kurze E-Mail an kontakt@versicherungsforen.net mit dem Betreff „subscribe Themendossier“. Eine Übersicht über alle Partnerunternehmen finden Sie unter www.versicherungsforen.net/partner.

Abbestellen des Versicherungsforen-Themendossiers

Sie wollen das Themendossier in Zukunft nicht mehr empfangen? Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „unsubscribe Themendossier“ an kontakt@versicherungsforen.net.

Downloadbereich mit aktuellen Zahlen und Fakten zur Versicherungswirtschaft

Im Downloadbereich unter www.versicherungsforen.net/daten-fakten finden unsere Partner aktuelle Zahlen, Daten und Fakten zu verschiedenen versicherungswirtschaftlichen Themen. Diese werden fortwährend erweitert und regelmäßig aktualisiert. Aussagekräftige Charts sorgen für einen schnellen und detaillierten Überblick über relevante Branchenthemen. Sie möchten diese Informationen in Ihre Präsentationen einbinden? Dann stellen wir Ihnen die Zahlen, Daten und Fakten gern im neutralen Power-Point-Format zur Verfügung, das Sie mit einem Klick in das eigene Corporate Design überführen können.

Versicherungsforen-Newsletter

Wenn Sie regelmäßig per E-Mail über Aktualisierungen im Bereich „Wissen“ auf www.versicherungsforen.net, Veröffentlichungen, gegenwärtige Veranstaltungen sowie Nachrichten aus unserem Partnernetzwerk informiert werden möchten, senden Sie bitte einfach eine E-Mail mit dem Betreff „subscribe Newsletter“ an kontakt@versicherungsforen.net. Diesen Service bieten wir auch für Nicht-Partnerunternehmen kostenfrei an.

