

Vertriebsmanagement 2015 - Beratungsqualität als Antwort auf die Fragen und Forderungen der Politik

„Versicherungen werden verkauft, nicht gekauft.“ Diese Branchenweisheit ist und bleibt aktuell. Trotz der anhaltenden Veränderungen des Branchenumfeldes, bleibt der Vertrieb die entscheidende Ressource beim Absatz von Versicherungsprodukten. Doch momentan steht man einigen Hürden gegenüber. Vor allem der regulatorische Wandel hält den Versicherungsvertrieb in Atem.

„Versicherungen werden verkauft, nicht gekauft.“ Diese Branchenweisheit ist und bleibt aktuell. Trotz der anhaltenden Veränderungen des Branchenumfeldes, bleibt der Vertrieb die entscheidende Ressource beim Absatz von Versicherungsprodukten. Doch momentan steht man einigen Hürden gegenüber. Vor allem der regulatorische Wandel hält den Versicherungsvertrieb in Atem.

Der große Diskussionsbedarf rund um über die Veränderungen im Versicherungsvertrieb zeigte sich auch auf der Fachkonferenz „Vertriebsmanagement 2015 – Umweltveränderungen, Auswirkungen, Lösungsansätze“ der Versicherungsforen Leipzig, die am 21. und 22. Januar 2015 unter der fachlichen Leitung von Prof. Dr. Matthias Beenken (Fachhochschule Dortmund) und Mario Gärtner (Versicherungsforen Leipzig) stattfand.

Den größeren Zusammenhang des Themas formulierte Peer Steinbrück, ehemaliger Bundesfinanzminister, im ersten Vortrag der Fachkonferenz. Die Auswirkungen der Bankenkrise 2007/2008 stellt er in Beziehung zu der aktuellen Politik der EZB, die durch den Ankauf von Staatsanleihen dem Markt zusätzliche Liquidität zuführe. Anders als 2007 sei das Problem in Europa momentan nicht mangelnde Liquidität, sondern strukturelle Probleme in einigen EU-Staaten. Seiner Einschätzung nach reiche nationale Politik innerhalb souveräner Grenzen heute und künftig nicht mehr aus. Auch wenn es nicht zu einer fiskal-politischen EU kommt, seien doch viele Themen nur noch grenzübergreifend zu lösen. Auch die regulatorischen Bemühungen für die Versicherungswirtschaft seien daher zu begrüßen.

Einen umfassenden Überblick über aktuelle europäische Regulierungsvorhaben, z.B. PRIIPs, MiFID 2 und IMD2/IDD und deren Umsetzungsstand, gab Béatrice Freiwald, Abteilungsleiterin Versicherungs- und Pensionsfondsaufsicht, Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). „Der Vertriebsbereich wird sich vor allem auf europäisch veranlasste Regelungen einstellen müssen“, betonte Freiwald. „Auch die geplante EIOPA-Guideline zum Produktentwicklungsprozess wird zu zusätzlichen Anforderungen an den Vertrieb führen, da hier die Versicherungsunternehmen noch mehr als bisher den Markt mit Blick auf den Kunden beobachten und berücksichtigen müssen, welche Produkte für welche Zielgruppen am besten geeignet sind.“ Sie gab weiterhin zu bedenken, dass zusätzliche Anforderungen jedoch auch immer zusätzliche Kosten verursachen, die letztendlich vom Kunden getragen werden müssen. Für Versicherer ist der regulatorische Spielraum eine große Herausforderung. Ralf Berndt (Stuttgarter Lebensversicherung) sieht jedoch auch eine Chance, denn durch Gesetzesinitiativen, wie das Lebensversicherungsreformgesetz, bekommt das Thema Altersvorsorge öffentliche Aufmerksamkeit und Relevanz. Der Versicherungsmarkt kann sich hier weiterentwickeln, obwohl von Seiten des Vertriebs ein erhöhter Beratungsaufwand nötig ist, um den Kunden die Wichtigkeit ihrer Altersvorsorge zu vermitteln. Der Stuttgarter Versicherung ist daher ein enger Kontakt zu ihren Vertriebspartnern wichtig: „Einer der entscheidendsten Stellhebel ist die verlässliche Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern, denen eine Schlüsselrolle in unserer Vertriebsstrategie zukommt. Unsere Partner erleben die Verlässlichkeit der Stuttgarter auf vielerlei Art, wie zum Beispiel durch die hohe Kontinuität unserer Geschäftspolitik, die Transparenz unserer Kommunikation oder die intensive persönliche Unterstützung und Betreuung vor Ort.“ so Berndt.

getrieben durch Megatrends wie z.B. Digitalisierung, bleibt der Vertrieb die entscheidende

Ressource beim Absatz von Versicherungsprodukten. Doch nicht nur regulatorische Anforderungen beschäftigen den Vertrieb. Auch sich veränderndes Kundenverhalten ist eine andauernde Herausforderung.

Egal ob über Online- oder mobile Kanäle – den Zugang zur Versicherung wünschen sich die Kunden in gleichbleibender Qualität. „Transparenz, faire Kundenbehandlung und kostengünstige Produkte sind schon heute Hygiene- aber auch Erfolgsfaktoren im Versicherungsvertrieb, werden aber zunehmend auch vom Gesetzgeber als Verpflichtung definiert.“ erklärt Gerhard Müller (Sparkassen-Versicherung Sachsen). „ Da der Kunde heute fast immer und überall online sein kann, wird er bei einfachen und vergleichbaren Produkten zunehmend informierter und selbständig, benötigt aber – in der gleichzeitig komplexer werdenden Welt – bei anderen Bedürfnissen kompetente und persönliche Beratung. Der Vermittler muss in der Folge digital unkompliziert erreichbar sein und gleichzeitig seine persönliche Kompetenz in der Beratung erlebbar machen, um die Vertriebschancen aus dem steigenden Vorsorgebedarf durch den demographischen Wandel nutzen zu können.“ Nur wer als sich als Vermittler um seine Kunden kümmert, könne langfristig am Markt bestehen.

Einen anderen Aspekt von Vertriebsmanagement beleuchtete Sales Coach Karl Herndl. Anders als in anderen Berufsgruppen (z.B. Mediziner oder Piloten) gibt es für Vertriebspersonal keine festdefinierten Arbeitsabläufe bzw. Strukturen. Anhand von Leitlinien der Benediktiner Mönche entwickelte Herndl daher Richtlinien für den Vertrieb, die nicht nur den Verkaufsprozess, sondern auch die Führungsarbeit betreffen. Diese definierten Ordnungsmuster sollen es dem Versicherungsvertrieb ermöglichen, Struktur in den Verkaufsprozess zu bringen und konstant erfolgreich zu sein.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.versicherungsforen.net/vertriebsmanagement

Pressekontakt:

Katharina Thiemann

Telefon: 0341-98988-224

E-Mail: thiemann@versicherungsforen.net

Unternehmen:

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16

04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH:

Über die Versicherungsforen Leipzig GmbH Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche. Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem ermöglicht die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen »Blick über den Tellerrand«.

