

## Neue AMC-Studie zum digitalen Vertrieb in der Assekuranz: Was die Vermittler wirklich wollen - und was die Versicherer für sie tun

**AMC und .dotkomm haben den Stand und die Perspektiven des digitalen Vertriebs in der deutschen Versicherungsbranche untersucht. Im Fokus der Studie steht die digitale Unterstützung der Vertriebspartner durch die Versicherer. Ergebnis: Einiges tut sich bereits, dennoch bleibt noch viel zu tun.**

Von Juli bis September 2016 wurden 100 Vermittler zu ihren Aktivitäten und Erfahrungen beim Einsatz von Webseite, Social Media, Online-Beratung und digitaler Werbung befragt. Ziel der Befragung: Was machen die Vertriebspartner konkret, um digital erfolgreich zu sein?

Im Vorfeld wurden 16 Gesellschaften befragt, wie sie ihre Vertriebspartner unterstützen. Bei der anschließenden Vermittlerbefragung beantworteten mindestens fünf Vermittler pro Gesellschaft die Fragen, so dass sich die Ergebnisse gut gegenüberstellen lassen. Unter anderem nahmen Allianz, AXA, ERGO, Talanx und Zurich an der Befragung teil. Bei der Auswahl der Probanden wurde auf eine Verteilung auf urbane und ländliche Gebiete geachtet.

Eine wesentliche Erkenntnis der Studie: Der Paradigmen-Wechsel von der zentralen zur dezentralen Kommunikation vollzieht sich nur langsam – viele Gesellschaften halten noch an der kontrollierten Kommunikation fest.

### **Die Versicherer geben häufig die Inhalte vor**

Noch sagen in vielen Fällen die Versicherer ihren Vertriebspartnern, was und wie gegenüber Kunden kommuniziert werden soll. Der Vermittler hat meist nur geringe Möglichkeiten, eigene Inhalte in den digitalen Kanälen zu publizieren. So bleibt „seine“ Homepage die Website der Gesellschaft. „Zentralisierter Content hat im digitalen Zeitalter keine Chance. Die Vermittler müssen eigenständig publishen können, erst dann wird es authentisch. Zwischengeschaltete Agenturen bringen daher keinen Mehrwert. Denn der Kunde unterscheidet sehr genau zwischen Werbung und persönlichen Statements“, davon ist .dotkomm-Geschäftsführer Ralf Pispers überzeugt.

### **Bewertungsportale werden von Vermittlern noch wenig genutzt**

Nur wenige der Vermittler nutzen die von den Versicherern bereitgestellten Bewertungsplattformen – der standardisierte und integrierte Bewertungsprozess ist meist noch eine Vision. So liegen laut Pispers 80% des Potentials brach. Viele Gesellschaften haben noch keine Strategie zur Kundenbewertung, daher sind diese bislang kaum in Prozesse und Systeme integriert. AMC-Geschäftsführer Stefan Raake ist sicher: „Bewertungen sind für die digitale Reputation der Vertriebspartner entscheidend. Der potentielle Kunde schaut im Netz nach. Das ist nicht anders als bei der Urlaubsbuchung oder beim Online-Shopping.“

### **Online-Beratung ist technologisch noch nicht ausgereift und kaum beim Vermittler angekommen**

Im Markt kämpfen Webinar-Systeme gegen IT-Administrationswerkzeuge. Das macht für Vermittler den Einsatz von Online-Beratung derzeit noch schwierig. „Online-Beratung ist für Vermittler wie mit Links Zähneputzen“, so Ralf Pispers. Daher lässt sich der Markt einteilen in  $\frac{3}{4}$  der Vermittler, die in diesem Bereich noch gar nicht aktiv sind und einzelnen Vermittlern, für die Online-Beratung bereits ein wesentlicher Teil der Wertschöpfung ist.

### **Schulung und laufendes Coaching der Vermittler sind wichtig**

Eine weiteres Ergebnis der Studie: Tool-Einsatz ersetzt kein Know-how – die Vermittler werden von den Gesellschaften nicht ausreichend unterstützt. Eine Herausforderung ist die Verankerung in den Prozessen, der Aus-/Weiterbildung sowie dem Vertriebs-Innendienst. Im Bereich der Messenger werden die Gesellschaften von der Praxis düpiert. Denn die Vermittler machen es einfach. WhatsApp mit Kunden? Klar, weil es geht.

Fazit: Einiges tut sich bereits beim digitalen Vertrieb der Assekuranz, dennoch bleibt noch viel zu tun.

Die **Studie** kann für 1.395,- Euro für AMC-Netzwerkpartner bzw. 1.995,- Euro für Nicht-AMC-Partner zzgl. 19% Ust. hier bestellt werden: <http://www.amc-forum.de/?webcode=1748>

### **Pressekontakt:**

Désirée Schubert

Telefon: 0221 / 3985973

E-Mail: [schubert@amc-forum.de](mailto:schubert@amc-forum.de)

### **Unternehmen**

AMC Finanzmarkt GmbH - AMC-Forum

Georgstr. 5a

50676 Köln

Internet: [www.amc-forum.de](http://www.amc-forum.de)

### **Über AMC Finanzmarkt GmbH - AMC-Forum**

Der AMC ist das moderierte Netzwerk der Assekuranz und ihrer Partner. Der AMC bietet aktuell über 130 Unternehmen Trends, Best Practices und Erfahrungen für Marketing und Vertrieb.