

## Pressemitteilung

### **Ausschließlichkeitsvermittler fordern mehr Digitalisierung bei ihren Versicherern ein**

Köln/Dortmund, 10. Oktober 2019

**Nur vier der 22 untersuchten Ausschließlichkeitsvertriebe ermöglichen ihren Vermittlern eine voll digitale, also papierlose Prozessbearbeitung in mehr als 60 Prozent aller Geschäftsvorfälle. Damit haben die vier Vorreiter ARAG, Concordia, Mecklenburgische und Nürnberger Versicherung (in alphabetischer Reihenfolge) eine fast doppelt so hohe Digitalisierungsquote im Vergleich zu den Schlusslichtern der Branche, die nur auf rund 35 Prozent kommen. Mehr Zeit für die Kundenberatung und höhere Cross-Selling-Dichte sind die stärksten Motivatoren, warum Vermittler eine weitere Digitalisierung ihrer Versicherungsagentur einfordern. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Benchmark-Untersuchung von Sirius Campus – in Kooperation mit dem IT-Dienstleister adesso.**

In der seit 2003 durchgeführten Benchmark-Untersuchungsreihe „Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb“ wurden im Zeitraum von Mai bis Juli 2019 mehr als 1.100 Versicherungsvermittler von 22 Versicherern telefonisch interviewt. Die Befragung zur Beurteilung der Zusammenarbeit von Agenturen mit ihren Versicherungsgesellschaften wird in Kooperation mit dem IT-Dienstleister adesso durchgeführt, der seit über zwei Jahrzehnten führende Versicherungen auf ihrem Weg der Digitalisierung begleitet.

#### **Digitale Unterstützung macht Vermittler erfolgreicher**

Von 18 untersuchten digitalen Unterstützungsangeboten für Versicherungsagenturen wirken sich eine Online-Bedürfniserfassung für Kunden vor dem Beratungsgespräch und eine digitale Schadenerfassung besonders positiv auf die Neukundengewinnung aus. Mit zunehmender Nutzungshäufigkeit dieser Instrumente gewinnen Vermittler 18 beziehungsweise 16 Prozentpunkte mehr Neukunden im Vergleich innerhalb einer Vertriebsorganisation. Insbesondere für den Abschluss von Lebens- und Krankenversicherungen zahlt sich eine intensive Nutzung eines Social-Media-Auftritts und eine papierlose Beratung mit sieben beziehungsweise acht zusätzlichen Abschlüssen pro Jahr aus.

„Die Digitalisierung der Versicherungsagentur ist nicht mehr nur ein Wohlfühlprogramm für Vermittler, sondern ist zum zentralen Erfolgsfaktor für die Versicherungsagentur und damit für Versicherungsgesellschaften geworden. Vermittler haben dies erkannt und sind von einem

zögerlichen Management enttäuscht“, interpretiert Dr. Dirk Platz, Leiter des Geschäftsbereichs Versicherungen bei adesso, die Ergebnisse der Untersuchung.

### **IT-Kompetenz ist zum zentralen Treiber für Vermittlerloyalität geworden**

Seit Beginn der Benchmark-Untersuchung 2003 hat sich die Bedeutung der IT-Unterstützung für die Vermittlerloyalität, zum Beispiel gemessen am Net-Promotor-Score (NPS), von den unteren Rängen der über 50 erhobenen Treiber auf den siebten Rang in 2019 stark gesteigert. Der NPS kann durch die häufige Nutzung der Digitalfunktionen Kundenkontakthistorie und Terminerinnerung für jährliche Risikoprüfungen den NPS-Wert um 31 bzw. sogar 41 Zähler erheblich steigern. Erstaunlich in diesem Zusammenhang ist es auch, dass es praktisch keine Altersunterschiede in der Nutzungshäufigkeit digitaler Ansprache- und Beratungsunterstützungen gibt. Dagegen liegen erhebliche Unterschiede beim Angebot digitaler Unterstützungen zwischen den Versicherern vor, wie zum Beispiel bei der Erfassung von Kundenbedürfnissen in der Beratungssoftware, einer digitalen Schadenmeldung mit App oder Website oder dem Social-Media-Auftritt für die Agentur.

### **Forderung nach automatisierten Verkaufsimpulsen und digitalen Kundenakten**

Eine automatische Generierung von Verkaufsimpulsen in der Beratungs- und Agentursoftware ist ein zentrales Handlungsfeld für viele Versicherer. Denn mit einem Drittel (32 Prozent) sind besonders viele Vertreter mit dieser Digitalfunktion ihrer Gesellschaft unzufrieden. Nur Allianz, Debeka, ERGO, HUK-Coburg, LVM und Württembergische Versicherung (in alphabetischer Reihenfolge) können 80 Prozent und mehr ihrer Vertriebspartner mit den automatisierten Verkaufsimpulsen zufriedenstellen.

Eine digitale Kundenakte nutzen bereits 64 Prozent aller Vertreter häufig, weitere 20 Prozent manchmal. Gerade der digitale Zugriff auf Kundenverträge und -dokumente sowie eine digitale Unterschrift, ein digitales Rabattkonto und eine digitale Schadenerfassung werden am häufigsten vermisst, wenn diese nicht vom Versicherer angeboten werden. „Mit dem bloßen Angebot einer am Reißbrett entwickelten Digitalunterstützung ist es nicht getan. Damit verschenken Versicherer viel Potenzial. Nur durch integrative Entwicklungsprojekte mit Vertrieb, Innendienst und IT lassen sich relevante Prozesse durch eine optimale Bedienung digitalisieren und in die erfolgreiche Nutzung führen“, resümiert Dr. Platz.

### **Über die Benchmark-Untersuchung**

Die Untersuchung analysiert auf versicherungsspezifischer Ebene über 50 Treiber für die Vermittlerloyalität und -motivation in einer sechsjährigen Zeitreihe. Zusätzlich beleuchtet die diesjährige Ausgabe der Untersuchung die Themen Digitalisierung in der Versicherungsagentur und Markenidentität bei Vermittlern. Die offenen Benchmark-Ergebnisse zur Beurteilung von

Produktqualitäten und -preisen, Kundenservice und Regulierungsqualität, zu Aspekten der Vermittlerunterstützung, zu Provisionshöhe sowie zu den Innendienstleistungen für Vermittler werden diesen 22 Gesellschaften berichtet: Allianz, ARAG, AXA, Barmenia, Concordia, Continentale, Debeka, DEVK, ERGO, Gothaer, HanseMerkur, HDI, HUK-Coburg, LVM, Mecklenburgische, Nürnberger, Provinzial Rheinland, R+V Versicherung, Signal Iduna, VGH, Württembergische, Zurich.

Weitere Informationen zu der rund 200-seitigen Benchmark-Untersuchung erhalten Sie bei Dr. Oliver Gaedeke, Sirius Campus (Mail an: oder Telefon: 0152 38 24 66 40).

*ca. 5.870 Zeichen*

### **Sirius Campus**

Sirius Campus GmbH ist ein Forschungs- und Beratungsinstitut mit Sitz in Köln, das sich auf psychologische Kundenentscheidungen in Abhängigkeit von Zielgruppen, Marken, Angeboten und Beratungsprozessen spezialisiert hat. Mit Untersuchungen zu aktuellen Themen und innovativen Trends setzt das Institut empirische Erkenntnisse in wirkungsvolle Ansätze für Markterfolge um.

#### **Ansprechpartner:**

Sirius Campus GmbH

Dr. Oliver Gaedeke

Im Klapperhof 33c

50670 Köln

Tel.: +49-221-42330200

[oliver.gaedeke@siriuscampus.de](mailto:oliver.gaedeke@siriuscampus.de)

[www.siriuscampus.de](http://www.siriuscampus.de)

### **adesso AG**

adesso ist einer der führenden IT-Dienstleister im deutschsprachigen Raum und fokussiert sich mit Beratung sowie individueller Softwareentwicklung auf die Kerngeschäftsprozesse von Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen. Die Strategie von adesso beruht auf drei Säulen: dem tiefen Branchen-Know-how der Mitarbeitenden, einer umfangreichen Technologiekompetenz und erprobten Methoden bei der Umsetzung von Softwareprojekten. Das Ergebnis sind überlegene IT-Lösungen, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähiger werden.

adesso wurde 1997 in Dortmund gegründet und beschäftigt aktuell rund 4.000 Mitarbeitende. Die Aktie ist im regulierten Markt notiert. Zu den wichtigsten Kunden zählen im Bankensegment u.a. Commerzbank, KfW, DZ Bank, Helaba, Union Investment, BayernLB und DekaBank, im Versicherungsbereich u.a. Münchener Rück, Hannover Rück, DEVK, DAK, Zurich Versicherung, Medizinischer Dienst der Krankenversicherung (MDK-IT) sowie branchenübergreifend u.a. Daimler, Bosch, Westdeutsche Lotterie, Swisslos, DZR Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum, TÜV Rheinland, Beschaffungsamt des Bundesministeriums des Innern.

adesso AG  
Eva Wiedemann  
Tassiloplatz 25  
81541 München  
T: +49 89 411117-125  
eva.wiedemann@adesso.de

PR-COM GmbH  
Sabine Felber  
Sendlinger-Tor-Platz 6  
80336 München  
T: +49 89 59997-757  
sabine.felber@pr-com.de