



nächster Artikel ▶

Ungewisser Blick in die digitale Makler-Zukunft

6.6.2018 – Kommunikation „mit der Steinschleuder“, Unzufriedenheit mit der Schnittstellen-Politik von Versicherern, Appelle zu Gemeinsamkeit und der Ruf nach einer einheitlichen Abwicklungsplattform: Bei einer Diskussion rund um die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Maklerschaft mischten sich Vorschläge zur Bewältigung der Digitalisierung mit Kritik und Skepsis.

Der Versicherungsmakler steht „dazwischen“. So beschrieb Philip Steiner, Vorsitzender der Ständigen Versammlung der österreichischen [Bipro](#)-Mitglieder, am Dienstag bei einer Diskussionsrunde in Wien die Situation des Maklers in Sachen Digitalisierung.

Auf der einen Seite sei der Makler von Softwarehäusern abhängig, auf der anderen ganz wesentlich davon, welche Schnittstellen und Dienste die Versicherer für die Kommunikation mit dem Kunden anbieten.

Der zwischen diesen beiden Seiten befindliche Makler selbst könne zur Problemlösung nur wenig beitragen, sagte Steiner bei dem „[CEO Talk](#)“, zu dem er gemeinsam mit dem Fachmagazin [Riscontrol](#) geladen hatte.

Gemeinsamkeit statt Insellösungen

„Digitalisierung ist Automatisierung“, sagte Josef Sylle, Geschäftsführer [CBN Broker Net GmbH](#). Die Erwartungen der Kunden seien heute von dem geprägt, was diese aus anderen Branchen kennen – etwa von Amazon, wo der Kunde über jeden Schritt des Bestell- und Liefervorgangs informiert werde.

„Ich wünsche mir, dass Prozesse bei uns so funktionieren wie bei Amazon.“ Ansätze dazu sieht er bei den Versicherern bereits.

Er plädierte für Gemeinsamkeit an Stelle von „Insellösungen“. Sylle: „Es wird nicht funktionieren, wenn jeder Makler, jede Gruppe eigene Lösungen durchsetzen will.“

Einheitliche Abwicklungsplattform

Über neue Wege müsse nachgedacht, eine „einheitliche Abwicklungsplattform“ etabliert werden, mit der die zwischen Maklern und Versicherern laufenden Prozesse gesteuert werden. Gespräche in diese Richtung gebe es bereits.



Ich wünsche mir, dass Prozesse bei uns so funktionieren wie bei Amazon.

Josef Sylle, CBN Broker Net

Auch aus finanziellen Erwägungen heraus erachtet Sylle eine solche Vorgangsweise als geboten. Und er fügt hinzu: „Wenn wir es nicht schaffen, die Kommunikation zum Kunden zu automatisieren, werden uns die Versicherer links und rechts überholen.“

Digitalisierung könne die Beratung nur unterstützen. Selbst bei „relativ einfachen Dingen“ bestehe das Risiko, dass der Kunde bei einem Abschluss im Alleingang, also ohne fachlichen Rat, ein falsches Produkt auswählt.

Eigene Schnittstellen selbst für einzelne Sparten

Rainer Vogelmann, Geschäftsführer der [RV Versicherungsmakler GmbH](#) und des Verbundes „[Die Maklergruppe](#)“, ist der Ansicht, dass die Versicherungsbranche derzeit nicht auf einen Eintritt von Größen wie Amazon in den Versicherungsmarkt vorbereitet wäre.

Schnittstellen, die einen Datenfluss vom Kunden bis zum Versicherer ermöglichen, habe man zwar eingerichtet, einheitliche Schnittstellen seien bisher aber nicht realisiert worden, selbst für einzelne Sparten stoße man auf separate Schnittstellen.

Auch er unterstrich, manches müsse man „gemeinsam angehen“, und bedauerte, dass lange Zeit etwa das Thema Bonifikationen im Mittelpunkt gestanden, die Digitalisierung hingegen erst vor etwa zwei Jahren in den Fokus gerückt worden sei.

Die Maklergruppe selbst kooperiert mit [Wefox](#). „Das wird die Prozesse auch für uns

Ihr Wissen und Ihre M

Ihre Leserbriefe können für wesentliche Ergänzung zu Berichterstattung sein. Bitte Kommentare unter den Artikeln vorgesehene Eingabefeld.

Die Redaktion freut sich auf Insiderinformationen, Veröffentlichung unter dem Informanten bestimmt ist. V Lesern absolute Vertraulichkeit Sie bitte an redaktion@versicherungsjournal.at.

Allgemeine Pressemitteilungen meldungen@versicherungsjournal.at

Täglich bestens inform

Der VersicherungsJournal informiert Sie von **montags** wichtigen Themen der Branche.

Ihre Vorteile

- **Alle Artikel** stammen aus **unabhängigen Redaktionen**
 - Die **neuesten Stellenausschreibungen**
 - Interessante **Leserbriefe**
- [Jetzt kostenlos anmelden!](#)

VersicherungsJournal

Besuchen Sie das VersicherungsJournal in den sozialen Medien:

- [Facebook](#) – Ausgewählte Beiträge
- [Twitter](#) – alle Nachrichten des VersicherungsJournal.at
- [Xing News](#) – Ausgewählte Beiträge von Unternehmen
- [Youtube](#) – Hintergründe und Buchprogramme

verändern.“ Geplant habe Die Maklergruppe die Prozesse so, dass mittels Fragebogen ein Offert generiert und dem Kunden automatisiert zur Verfügung gestellt wird, erklärte Vogelmann weiter.

Wen anrufen, wenn etwas nicht funktioniert?

Margit Eidenhammer, Geschäftsführerin der [OVB Allfinanzvermittlungs-GmbH](#), glaubt, dass der Vermittler mit seiner persönlichen Serviceleistung punkten und sich damit auch von der Art und Weise, wie Käufe auf Amazon ablaufen, unterscheiden kann. Eine zentrale Frage sei nach wie vor: Wen muss ich anrufen, wenn in der digitalen Kommunikation etwas nicht funktioniert?

Um, wie es der Kunde erwarte, „Schnelligkeit und kurze Wege“ sicherzustellen, brauche es die Unterstützung der Versicherungsunternehmen, „wir tun uns schwer mit unterschiedlichen Schnittstellen“, so Eidenhammer.

Es gehe nicht an, Daten, Adressen, Geburtsdaten mehrfach eingeben zu müssen, fordert sie entsprechende Schnittstellen und eine rasche Implementierung. „Da gibt 's für uns nur Bipro und [OMDS](#).“ Bei einer entsprechenden Umsetzung spiele es dann auch keine Rolle, ob ein Vermittler einer Gruppe angehört oder nicht. Sie appellierte an Vermittler und Versicherer, „am selben Strang zu ziehen“.

„Wir fischen alle im Trüben“

Herbert Orasche, Mitgründer der [O & O GmbH Versicherungsmakler und Finanzberatung](#) und Geschäftsführer der [g&o GmbH](#) (g&o Versicherungs- und Finanzgruppe), meinte, Makler müssten heute mehr und schneller arbeiten, um dasselbe zu verdienen wie in früheren Jahren.

Er hält es deshalb für notwendig, zu automatisieren – weil sonst die Gefahr besteht, dass sich das Geschäft am Ende nicht mehr rechnet. In puncto Schnittstellen würden Makler allerdings von Versicherern „im Regen stehen“ gelassen, beklagte Orasche.



Wenn wir es nicht schaffen, die Kommunikation zum Kunden zu automatisieren, werden uns die Versicherer links und rechts überholen.

Josef Syllé, CBN Broker Net

Wohin die Reise geht, könne derzeit niemand sagen, meint Orasche. Eine Skepsis, die auch Vogelmann teilt: „Wir fischen alle im Trüben, weil wir nicht wissen, was der Kunde annehmen wird.“

Vogelmann will die Schnittstellen-Thematik aber nicht isoliert betrachtet wissen. Kleinen Makler fehle der Zugang zu Produkten. Aber, so Vogelmann, „die Schnittstelle ist wertlos, wenn ich das Produkt nicht habe“.

Kommunikation „mit der Steinschleuder“

Bei der [EFM AG](#) könne man schon seit geraumer Zeit beispielsweise eine digitale Risikoanalyse per App durchführen „trotzdem stehen wir an manchen Punkten an“, stellte auch Josef Graf, Vorstand der EFM AG, fest.

Auf beiden Seiten – in Maklerschaft und Versicherungswirtschaft – werde zwar professionell gearbeitet, nichtsdestoweniger werfe man einander Daten jedoch „mit der Steinschleuder“ zu.

Graf wünscht sich für den wechselseitigen Datenverkehr, „dass es für uns Makler genauso einfach ist wie für Agenten oder Außendienst“.

Anbieter sollen „OMDS und Bipro können“

Christoph Berghammer, geschäftsführender Gesellschafter der [Cebco Versicherungsmakler GmbH](#) und Obmann des [Fachverbands der Versicherungsmakler](#), warnte indes, die größte Gefahr sei der Tod des Individualismus. Dass sich Makler mit eigenen Produktgestaltungen und Sonderklauseln abheben (müssen), mache Vereinfachungen kompliziert.

Er äußerte die Hoffnung, dass „alle Anbieter beide Schnittstellen können“, also OMS und Bipro, und dabei „[DSGVO](#)-sicher“ sind. Für die sichere Kommunikation brauche es eine Norm.

Steiner glaubt, dass der Wunsch nach Einfachheit und individuellen Lösungen unter einen Hut gebracht werden können. Denn dem IT-System sei es letzten Endes egal, welche Daten es übermittelt. Für die Makler komme es darauf an, mit den Systemen des Außendienstes Schritt halten zu können.

Viele kämpfen unterdessen damit, „digital zu werden“ und entsprechende Softwareausstattung im Büro einzuführen, machte Berghammer aufmerksam. Rund die Hälfte der Makler seien Ein-Personen-Unternehmen, die „wir motivieren wollen, den Weg zum ersten Mitarbeiter zu gehen“ – mit der Firmengröße werde sich womöglich auch der Zugang zur Digitalisierung ändern.

Vom Makler zum Agenten?

Rudolf Mittendorfer von der Wiener [Verag Versicherungsmakler GmbH](#) zog eine Parallele zum seinerzeitigen Greißlersterben. „Man merkt, die Luft wird dünner“, Synergien müssten gesucht werden. „Unsere Branche wird sich industrialisieren müssen“, folgerte der stellvertretende Fachgruppenobmann.



Man merkt: Die Luft wird dünner, man muss Synergien

suchen.

Rudolf Mittendorfer, Verag, stellvertretender Fachverbandsobmann

Angesichts der Überalterung der Branche werden aber einige nicht mehr auf den Digitalisierungszug aufspringen, glaubt Mittendorfer. Auf Hilfe von Seiten der Versicherungswirtschaft baut er nicht – er rechnet vielmehr damit, dass viele Makler (wieder) zu Agenten werden.

Franz Meingast, Vorstandsvorsitzender der [Safe7 Holding AG](#), erwartet nicht, dass Makler der Reihe nach „auf Knien wieder Agenten werden“, weil dies für die Versicherer zu teuer wäre. Es werde vielleicht weniger Makler geben, „aber der Marktanteil der Versicherungsmakler wird steigen“.

Die Optimierung der Prozesse und die Digitalisierung müssten dabei helfen, die tägliche Arbeit zu vereinfachen.

„Benchmarks“ für digitalen Vertrieb

Berghammer wies darauf hin, dass im Fachverband ein Ausschuss für digitalen Vertrieb gebildet worden sei, der für ebendiesen „Benchmarks definiert“.

Sorgen etwa wegen Amazon macht sich Fachverbandschef Berghammer übrigens weniger. Wenn eine solche Plattform in den Versicherungsvertrieb einsteigt, würden nämlich, so Berghammer, die Regeln der Versicherungsvertriebs-Richtlinie [IDD](#) für sie ebenso gelten wie für die anderen Versicherungsvermittler auch.

[Emanuel Lampert](#)

[nächster Artikel](#) ▶

Wie beurteilen Sie diesen Artikel?

sehr interessant informativ unwichtig

[Bewerten](#)

Artikel-Werkzeuge für Sie

[Artikel drucken](#)

[Kopierfreundliche Version](#)

[Leserbrief schreiben](#)

[Nutzungsrechte erhalten](#)

[Per E-Mail weiterleiten](#)

[Suchagent einrichten](#)

Diese Seite empfehlen



[Empfehlen](#)

[Tweet](#)

[XING](#)

Schlagwörter zu diesem Artikel

[Digitalisierung](#) · [IDD](#) · [Mitarbeiter](#) · [Vermittlerrichtlinie](#) · [Versicherungsmakler](#) · [Versicherungsmarkt](#) · [Versicherungsvermittler](#) · [Versicherungsvertrieb](#)

■ Weitere Artikel der aktuellen Ausgabe

Bauversicherung für die Praxis

Es muss nicht gerade der Einsturz einer Brücke sein, auch weniger spektakuläre Schäden bei Bauprojekten werfen eine große Zahl haftungs- und versicherungsrechtlicher Fragen auf. Ein aktuelles Buch gibt Orientierung und Tipps für die Praxis. (Bild: Linde Verlag) [mehr ...](#)



Neues Produkt gegen Reputationsrisiko

Greco JLT hat den Start eines neuen Versicherungsangebots bekanntgegeben. [mehr ...](#)

■ Diese Artikel könnten Sie noch interessieren

Sechs Standesvertreter und was sie von 2017 erwarten

22.12.2016 – Christoph Berghammer, Hannes Dolzer, Horst Grandits, Johannes Muschik, Alexander Punzl und Manfred Taudes haben für uns in die „Glaskugel“ geblickt. (Bild: WKÖ, ÖVM, Afpa/Raffaela Pröll, Provideas, Taudes) [mehr ...](#)

Was die Makler heuer in Alpbach vorhaben

30.5.2018 – Das Programm für das diesjährige Expertentreff Versicherungsmakler ist da. Zwei inhaltliche Schwerpunkte [mehr ...](#)

VersicherungsJournal.at

Das Wesentliche im Blick

[Erweitert](#)

Themenbereiche	Inhalte	Über den Verlag	Leserservice
Versicherungen & Finanzen	Nachrichten	Ansprechpartner	Kontakt
Markt & Politik	Kommentare	Impressum / Über uns	Häufige Fragen
Vertrieb & Marketing	Praxiswissen	Datenschutz	VersicherungsJou
Unternehmen & Personen	Bilderrätsel	In eigener Sache	Premium-Abo

[Karriere & Mitarbeiter](#)

[Büro & Organisation](#)



Mitarbeiten

[Autor werden](#)

[Aktuelles für Autoren](#)

[Leserbriefe](#)

[Kundeninformation](#)

[Anzeigenmarkt](#)

[Veranstaltungen](#)

[Originaltexte](#)

Werbung schalten

[Abrufzahlen](#)

[Leserstruktur](#)

[Mediadaten](#)

[Aktuelles für Werbekunden](#)

[Aktuelles für Stellenanbieter](#)

[Nutzungsrechte e](#)

[Mitteilungen an di](#)

[Newsletter](#)

[RSS](#)

[Suchagenten](#)

[Schlagwörter](#)

[Mobilversion](#)

© 2018 FinanzMedienVerlag Ges.m.b.H. · Keine Vervielfältigung ohne vorherige schriftliche Genehmigung · Design: Persiel Design Hamburg