

# Sind Versicherungsvermittler „unterdigitalisiert“?

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin befragt BVK-Mitglieder

*Im Sommer 2020 hat das Institut für Versicherungswirtschaft an der HWR Berlin eine Umfrage durchgeführt, um Licht in das Dunkel rund um den Stand der Digitalisierung der Versicherungsvermittlerinnen und -vermittler zu bringen. Nun können die Ergebnisse – mit einer pandemiebedingten Verspätung – veröffentlicht werden. Die Relevanz der Erhebung wird dadurch nicht geschmälert (Anmerkung der Redaktion).*

Angetrieben von Digitalisierungs- und zunehmend digitaler Kommunikation auf Kundenseite, erfasst die Digitalisierung zwangsläufig auch den Versicherungsvertrieb und damit die Versicherungsvermittler. Versicherungsunternehmen treiben den Einsatz digitaler Technologien durch die Versicherungsvermittler weiter voran. Das Ziel ist u.a. die konsequente Integration der Versicherungsagenturen in einen Omnikanal-Ansatz, um den (hybriden) Kunden an der richtigen Stelle abzuholen, passende Lösungen anbieten zu können und häufiger mit dem Kunden online oder offline in Interaktion zu treten. Hinzu kommt aktuell Corona-bedingt, dass Kommunikation teilweise überhaupt nur noch digital erfolgen kann.

Für die Digitalisierung auf Seiten des Vermittlers bedeutet das: Die interaktive Einbindung des Kunden in den Verkaufsprozess verlangt den Einsatz mobiler Geräte (Tablets, Laptops, Smartphones), und auch anspruchslösere Anliegen der Kunden können über digitale Lösungen in Form von Apps und Chatbots – und sogar vom Kunden selbst – erledigt werden. Hinzu kommt gerade zu Zeiten persönlicher Kontaktbeschränkungen die Option, Kunden in Online-Video-meetings „persönlich“ zu informieren und zu beraten.

## Vermittlerinnen und Vermittler sagen ja zu Technologien

Doch wie steht es eigentlich um die Digitalisierung der Vermittler? Der

Branche – und damit auch den Vermittlern – wird ab und an nachgesagt, dass sie diesbezüglich anderen Branchen „hinterher hinke“. Untersuchungen hierzu und Fakten sind jedoch rar. Deswegen hat das Institut für Versicherungswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin im Sommer 2020 BVK-Vermittler zur Nutzung digitaler Tools befragt, und 1.006 Vermittler/-innen haben geantwortet. Vom Status sind dies mit 89 % überwiegend Ausschließlichkeitsvermittler gewesen, 3 % waren Mehrfachvertreter und 8 % Makler.

Die Ergebnisse sind interessant, teils überraschend: Die durchschnittliche Anzahl von 28,02 genutzten Technologien (bei 34 abgefragten Technologien) ist hoch. Selbst wenn nur die häufig (d.h. mindestens wöchentlich) genutzten Technologien herangezogen werden, beträgt der Mittelwert immer noch 16,4. Im Vergleich mit anderen Branchen ist dieser Wert sehr hoch. In einer Referenzstudie von Gimpel, u.a. aus dem Jahr 2018, ergaben sich je nach Branche Mittelwerte zwischen 16,55 im Bereich der Informations- und Kommunikationsbranche als höchstem Wert und 10,83 bei sonstigen Dienstleistungen als niedrigstem Wert; hierbei bezogen sich die aufgeführten Mittelwerte sogar auf die insgesamt (d.h. also sowohl selten, als auch häufig) genutzten Technologien. Mit Bezug auf die insgesamt genutzten digitalen Technologien ist die hohe Nutzungshäufigkeit durch Versiche-



rungsvermittler zu relativieren, da sie – zumindest teilweise – mit der Fragenformulierung zusammenhängen könnte. Es ist zu vermuten, dass nicht wenige Befragte offenbar anstatt „keine Nutzung“ auf das Feld „seltene Nutzung“ geklickt haben. Diese Verzerrung betrifft jedoch nicht die Anzahl häufig genutzter Technologien. Ihr hoher



Foto: 2016 Wright Studio/Shutterstock

Wert ist daher durchaus realistisch und somit beachtenswert. Aufgrund des Zeitpunktes der Erhebung – sie wurde zu Zeiten der Corona-Pandemie durchgeführt, genauer gesagt kurz nach Abebben der ersten Welle – lassen sich die Ergebnisse zwar nicht unmittelbar mit denjenigen vorheriger Studien vergleichen. Dennoch lassen sie den

Schluss zu, dass die Anzahl häufig genutzter digitaler Technologien durch Versicherungsvermittler hoch ist, die Branche, und hier die Berufsgruppe der Versicherungsvermittler im Branchenvergleich jedenfalls nicht „hinterher hinkt“.

Zudem zeigt sich, dass die Versicherungsvermittler auf die vorhan-

denen digitalen Technologien zurückgegriffen und diese ihnen bei der Bewältigung der Corona-Restriktionen geholfen haben: 86 % stimmten dem ganz oder zumindest teilweise zu. Das gilt sowohl für die Vertreter, bei denen die Versicherungsunternehmen die entsprechende Infrastruktur bereits vorab zur Verfügung gestellt hatten oder



Corona-bedingt kurzfristig „nachgerüstet“ haben, als auch für die Makler, die dies in Eigenverantwortung leisten mussten.

Hinsichtlich der Nutzung der einzelnen Technologien (Abb.) treten einige interessante Aspekte zum Vorschein: Nahezu alle Vermittler nutzen E-Mail, stationäres und Mobiltelefon, Drucker/Scanner/Fax, Laptop und in etwas geringerem Ausmaße auch stationäre Computer sowie – vermutlich damit zusammenhängend – Internet und kabellose Verbindungen als zugrunde liegende „Infrastrukturen“. Dieses Nutzungsverhalten steht weitgehend im

Einklang mit den Beobachtungen in anderen Branchen; insofern lässt sich auch die dort gemachte Erkenntnis bestätigen, dass über Branchen und Tätigkeitsarten hinweg neben E-Mail die häufigsten digitalen Technologien gerade diejenigen sind, die eine Brückenfunktion zwischen digitaler und physischer Welt herstellen (z.B. Drucker, Scanner, Fax). Ähnliches gilt für die seltene Nutzung trendiger Technologien (z.B. künstliche Intelligenz, Augmented-, Virtual-, Mixed-Reality). Allerdings gibt es auch Unterschiede zu den in der damaligen Untersuchung betrachteten Branchen: Die Technologienutzung ist über die

meisten, branchenunabhängigen Technologien hinweg bei den Versicherungsvermittlern höher. Besonders gilt dies für einen noch großen Teil, der Systeme zur sozialen Interaktion und Zusammenarbeit, Systeme zur Sicherheit durch Nutzerinteraktion, Systeme zur Orts- und Distanzbestimmung, Text-, Tabellen- und Präsentationssoftware, Systeme zur Sicherheit im Hintergrund, Dokumenten- und Wissensdatenbanken, Netzwerk-Hardware sowie Echtzeitkommunikationssysteme nutzt. Hinzukommt, dass branchenspezifisch 87,8 % der Vermittler häufig Kundenbetreuungssoftware (z.B. Beratungs-,

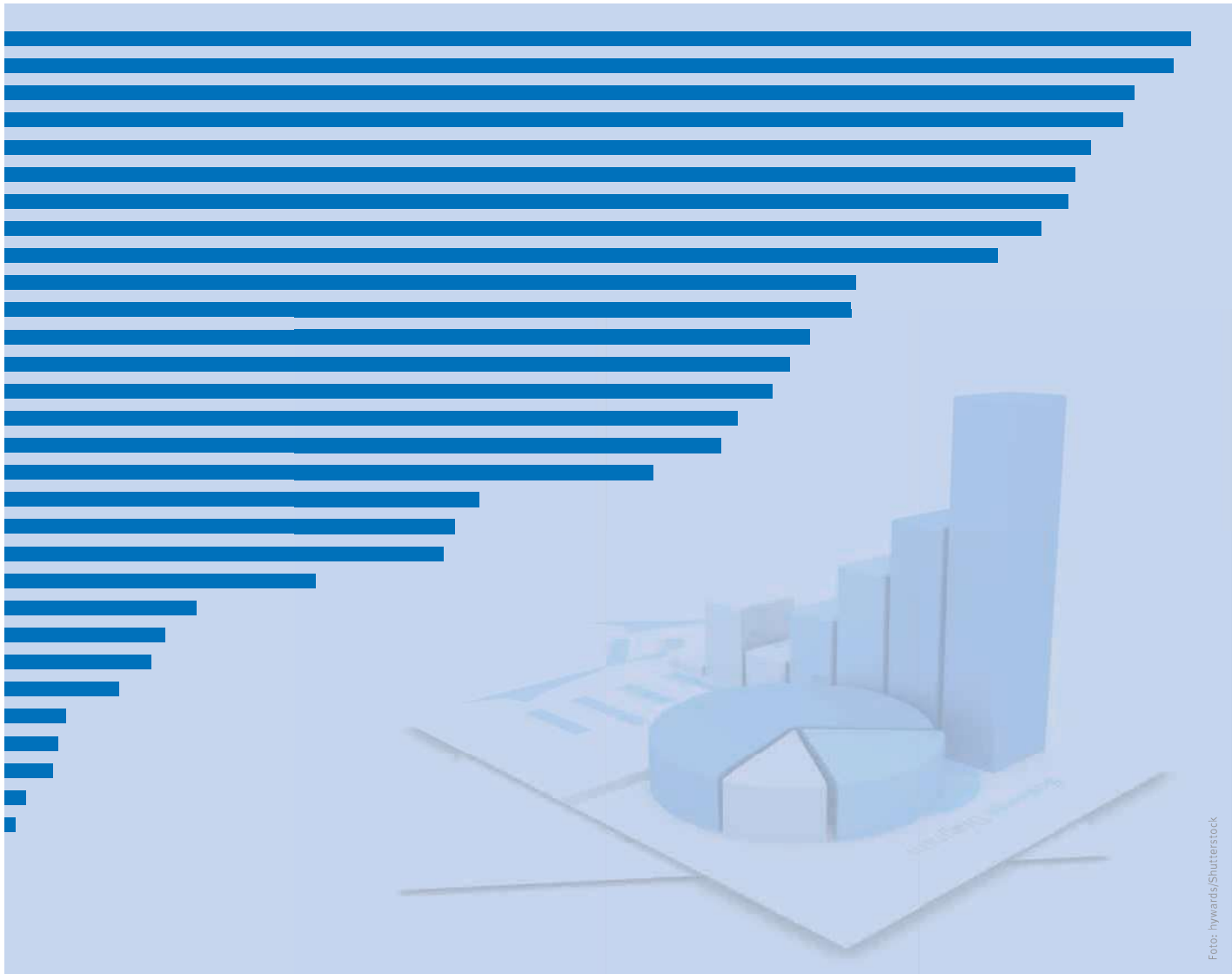


Foto: hywards/Shutterstock

Antragserfassungs-, Bestandsverwaltungs-, Schadenregulierungssoftware) nutzen, 7,2 % zumindest selten und nur 5 % gar nicht.

#### Positive Bilanz

Somit lässt sich insgesamt feststellen, dass die Versicherungsvermittler vergleichsweise „digitalisiert unterwegs“ sind und – mit Ausnahme der trendigen Technologien – zu einem großen Teil auch viele digitale Technologien nutzen. Das ist umso bemerkenswerter, wenn man die Altersverteilung der Befragten reflektiert und bedenkt, dass 48,4 % über 55 Jahre alt gewesen sind. Andererseits lässt sich das durchaus

mit dem Informations-basierten Charakter der Versicherungsprodukte und der Vermittlungs- und Beratungstätigkeit sowie dem Status der Vermittler als selbständige Unternehmer erklären. Jedenfalls scheint die Digitalisierung der Versicherungsvermittlung fortgeschrittener zu sein, als es ihr ab und an nachgesagt wird.



von Prof. Dr. Thomas Köhne,  
Professor und Fachleiter Versicherung  
an der Hochschule für Wirtschaft und Recht  
Berlin am Fachbereich Duales Studium