

»» Versicherungsvertrieb in Zeiten der Corona-Pandemie



© Sebnem Ragiboglu - 123RF

Die Folgen der Corona-Pandemie stellen die Versicherer in vielen Geschäftsbereichen sowie die Vermittler vor große Herausforderungen: Eine merklich eingetrübte wirtschaftliche Lage der privaten Haushalte, sinkende Arbeitsplatzsicherheit, zunehmende Kurzarbeit und steigende Unternehmensinsolvenzen wirken sich dämpfend auf die Versicherungsnachfrage aus. Hinzu kommt, dass private Haushalte in akuten Krisensituationen ihre Entscheidungen über langfristige Vorsorge und Absicherungen erst einmal zeitlich aufschieben und kurzfristige Krisenvorkehrungen priorisieren. Vor diesem Hintergrund haben sowohl die Versicherer, als auch die Vermittler einen spürbaren Neugeschäftseinbruch verzeichnet, wie verschiedene Umfragen bestätigt haben (vgl. u.a. VersVerm 9/2020, S. 315).

Aber nicht nur der Nachfragerückgang stellt Versicherer und Vermittler vor eine Herausforderung, sondern auch der Kundenzugang. Denn die Menschen haben sich infolge der Corona-Restriktionen in der Öffentlichkeit noch konsequenter und schneller daran gewöhnt, verstärkt Geschäfte über das Internet zu tätigen und online zu kommunizieren – und das auch mit ihrem Versicherer oder Versicherungsvermittler. Diese Entwicklung hat die digitale Kompetenz der Kunden gestärkt und dürfte Ängste bzw. Vorurteile genommen haben.

Die Versicherer beurteilen die Digitalisierung mehrheitlich als Chance und erwarten nachhaltig positive Effekte durch die Beschleunigung der digitalen Transformation. Dabei sehen sie die kurzfristig erfolgte Umstellung der Geschäftsprozesse unter umfangreicher Nutzung von Homeoffice-Anbindungen sowie die Kommunikations-

fähigkeit mit Kunden über digitale Anwendungen als gelungen und zukunftsweisend an, wenn man den jüngsten Äußerungen in der Fachpresse und auf (Online-) Veranstaltungen Glauben schenken darf.

Die Vermittler verspüren die aktuelle Situation in ihrem täglichen Umgang mit dem Kunden schon restriktiver: Laut einer Umfrage eines Beratungsunternehmens im Juni beurteilten 95% die Neukundenansprache seit Beginn der Coronakrise als „schwierig“, 5% als zumindest „eher schwierig“. Und auch die Bestandskundenpflege gestaltete sich für 55% „schwierig“, für 15% als „eher schwierig“. Trotz dieser Umfragen gibt es jedoch kaum Informationen darüber, wie die Vermittler angesichts der Corona-Situation ihre Arbeitsweise verändert haben und welche Rolle sie dabei der Digitalisierung zuschreiben.

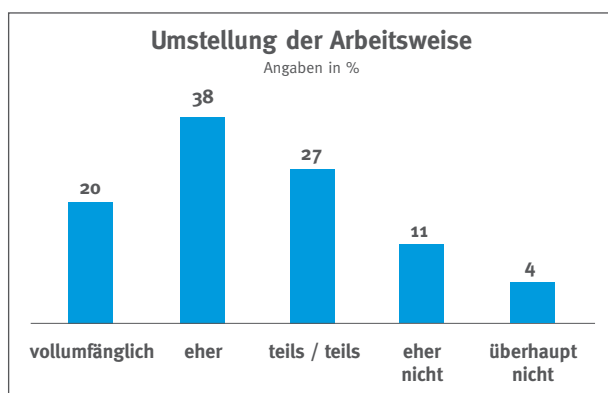
Hierzu liefert die im Juni/Juli 2020 vom Institut für Versicherungswirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin durchgeführte Online-Befragung erste Anhaltspunkte. Diese Online-Befragung hat sich mit Unterstützung des BVK an dessen Mitglieder gerichtet und wurde im Zeitraum vom 15. Juni bis 15. Juli 2020 durchgeführt. Unter anderem wurde dabei danach gefragt, inwiefern die Corona-Situation die Arbeitsweise verändert hat und inwiefern die Digitalisierung dabei hilfreich gewesen ist.

1.161 bzw. 1.160 Umfrageteilnehmer haben darauf geantwortet. Diese sind etwa zu 89% als Ausschließlichkeitsvermittler, zu 8% als Makler und zu 3% als Mehrfachvertreter tätig gewesen, rund 90% waren über 41 Jahre alt und sie sind größtenteils – nämlich rund 96% – bereits mehr als 10 Jahre im Versicherungsvertrieb tätig gewesen. Damit sind die Umfrageteilnehmer erfahrene Vertriebspersonen, quasi „alte Hasen“.

Rund 21% aller Befragten haben geantwortet, dass die Arbeitssituation in der Phase der Corona-Pandemie sie nicht besonders herausgefordert hat; besonders auffällig ist hierbei der Anteil der Makler, bei denen fast 40% diese Aussage trafen. Allerdings hat mit 79% aller Befragten ein Großteil der Vermittler die Corona-bedingte Arbeitssituation als herausfordernd empfunden. Dabei lässt sich feststellen, dass sich im Juni/Juli rund 32% immer noch recht stark von der Arbeitssituation herausgefordert fühlten. Eine Mehrheit der Vermittler schien sich aber zu diesem Zeitpunkt – also nach einigen

Monaten seit Beginn der Corona-Pandemie – bereits gut mit der Situation zurechtgefunden zu haben. Denn rund 54% gaben an, dass sie die Arbeitssituation in der Phase der Corona-Pandemie herausgefordert hat, sie sich inzwischen aber gut damit arrangiert haben.

Dass die Corona-Pandemie auch eine Umstellung der Arbeitsweise verlangt hat, bejahten über 20% vollumfänglich, rund 38% stimmten dem eher und rund 27% teils, teils zu. Lediglich rund 15% gaben an, dass keine Umstellung der Arbeitsweise notwendig gewesen ist. Dabei lässt sich festhalten, dass ein Großteil der Umfrageteilnehmer, nämlich rund 70%, viele Arbeitsschritte digital durchführen mussten, die zuvor überwiegend ohne technologische Unterstützung erfolgt sind. Dies galt bei den Ausschließlichkeitsvermittlern noch mehr als bei den Mehrfachvertretern und Maklern. Dies erstaunt wenig, standen im Lockdown bspw. für viele nunmehr Online-Beratungen an. Hier haben die Versicherer selbst auch aktiv eine Umstellung auf Online-Beratungen vorgenommen, wie bspw. die Allianz, die über 8.000 selbständige Vermittler mit Go-To-Meetings unterstützt hat. Insbesondere die Makler scheinen diesbezüglich wohl schon etwas weiter gewesen zu sein; über 41% gaben diesbezüglich an, auch vor der Corona-Pandemie schon fast alle Arbeitsschritte digitalisiert durchgeführt zu haben.



Rund 64% der Umfrageteilnehmer gaben an, dass sie in der Phase der Corona-Pandemie hinsichtlich ihrer digitalen Arbeitsweise schnellere Fortschritte gemacht haben, als in den Jahren zuvor. Immerhin rund 36% sahen das anders. Diese Umfrageteilnehmer scheinen bereits früher digital schon stärker unterwegs gewesen zu sein, haben ihr individuelles Lerntempo beibehalten und / oder entziehen sich der digitalen Arbeitsweise.

In der Digitalisierung ihrer Arbeitsweise hat sich nur ein kleiner Teil alleine gelassen gefühlt: Lediglich rund

18% sahen dies als gegeben bzw. eher gegeben an. Die große Mehrheit der Umfrageteilnehmer nahm wahr, dass die Vermittler die Herausforderungen in der Corona-Pandemie dank digitaler Unterstützung gut bewerkstelligen konnten, denn dies sahen rund 86% ganz oder zumindest teilweise so. Demgegenüber war die Mehrheit der Meinung, dass die Digitalisierung nicht zu ihrer Produktivität beigetragen hat, denn rund 55% sahen dies nicht so. Lediglich 5% stimmten dem voll zu, dass sich ihre Produktivität erhöht hat.

Dieses Ergebnis kann nicht wirklich überraschen, fällt doch im Zuge der Umstellung zu einer stärkeren Digitalisierung der Arbeitsweise erst einmal mehr Arbeit – und daher auch Produktivitätsverlust – an, wenn man sich bspw. mit neuen Technologien, Konferenztools, etc. vertraut machen und Routinen aufbauen muss. Schließlich zeigen die Umfrageergebnisse, dass die Digitalisierung rund 56% der Umfrageteilnehmer in ihrer Arbeitsweise – zumindest teilweise – angestrengt hat.

Somit lässt sich festhalten, dass Corona bei den meisten Vermittlern zu Anpassungen der Arbeitsweise geführt hat. Einen Teil der Vermittlerschaft fordert dies immer noch heraus, ein anderer, etwas größerer Teil hat sich im Juni / Juli bereits damit arrangiert. Ein Teil der Makler spürte keine großen Veränderungen der Arbeitssituation durch die Pandemie. Im Vertreterbereich wurden Corona-bedingt mehr Arbeitsschritte digitalisiert als im Maklerbereich. Viele Makler äußerten, dass sie auch zuvor schon viele Arbeitsschritte digitalisiert durchgeführt haben. Die Vermittler haben mehrheitlich eine digitale Unterstützung ihrer Arbeitsweise bei der Bewältigung der Herausforderungen empfunden, weniger jedoch eine Steigerung der Produktivität. Digitalisierung bedarf einer Umstellung der Arbeitsweise und Einarbeitung, und sie strengt etwa ein Drittel aller Vermittler an.

Es ist beachtlich, dass die Vermittler sich wohl recht schnell und gut mit der Umstellung der Arbeitsweise arrangiert haben und der großen Mehrheit die Digitalisierung dabei geholfen hat. Bei einem großen Teil hat Corona die Digitalisierung befördert, bei einem ebenfalls großen Teil war sie offenbar schon zuvor erfolgt.



von Prof. Dr. Thomas Köhne,
Hochschule für Wirtschaft
und Recht Berlin