

Pressemitteilung

Omnikanal-Vertrieb und Digitalisierung: Herausforderung Mensch

- Mehrheit der Versicherungsmanager sieht die größte Herausforderung in der Überzeugung der Mitarbeiter und Vermittler
- Für Maklerbetriebe werden notwendige Investitionen zum Problem

Hamburg, 11.01.2016. Die größte Herausforderung für Versicherungsunternehmen im Kontext Omnikanal ist die Überzeugung der Mitarbeiter und Vermittler. Dies ergab eine Umfrage unter mehr als 60 Führungskräften der Branche im Rahmen des 14. INNOVALUE Versicherungs-Roundtable 2015. Demnach halten rund 85 Prozent der Manager den menschlichen Faktor für entscheidend auf dem Weg zum flächendeckenden Omnikanal-Vertrieb. Die Harmonisierung von Produktlinien und der Preisstrategie sehen jeweils knapp 70 Prozent der Befragten als weitere zentrale Herausforderung an.

„Die technische Umsetzung sowie die Anpassungen der Vergütungssysteme sind komplexe, mittlerweile aber relativ gut einschätzbare Herausforderungen. Umso mehr rückt die dauerhafte Umsetzung durch die Mitarbeiter in den Vordergrund“, erläutert Christian Mylius, Managing Partner von INNOVALUE. „Damit die neuen Strategien bei den Kunden den gewünschten Effekt erzielen, müssen sie von den Mitarbeitern mit Leben gefüllt werden. Bei den anstehenden Change-Prozessen sind viel Überzeugungskraft und Fingerspitzengefühl gefragt. Hier ist die Branche längst noch nicht da wo sie sein müsste, was die Ergebnisse eines Mystery Shoppings in vielen Ausschließlichkeitsagenturen zeigen.“

Für Makler stellen hingegen die hohen Investitionen in die für einen umfassenden Omnikanal-Vertrieb erforderliche Technologie die größte Herausforderung dar. Dies glauben fast 90 Prozent der befragten Experten. „Auch für Makler ist die Überzeugung von Mitarbeitern und insb. Kundenbetreuern natürlich ein wichtiges Thema. Verglichen mit großen Organisationen von Versicherungsunternehmen haben es die vergleichsweise kleineren Maklerbetriebe hier aber etwas leichter, weil sich Entscheider und Mitarbeiter in der alltäglichen Arbeit näher sind. Im Gegensatz dazu fällt es Maklern

aber häufig ungleich schwerer, das erforderliche Know how und die entsprechenden Investitionen aufzubringen“, sagt Mylius.

Die INNOVALUE Versicherungs-Roundtable bieten jedes Jahr im November ein Forum für Vorstände und Geschäftsführer von internationalen und nationalen Versicherern sowie aus führenden Maklerhäusern, Makler-Pools und Finanzvertrieben. An den diesjährigen Veranstaltungen in Hamburg, München und Köln nahmen wieder mehr als 60 Führungskräfte teil. Die durch sie vertretenen Versicherer haben in Deutschland einen Marktanteil von ca. 70 Prozent. Neben „Omnichannel und Digitalisierung der Versicherungsbranche“ waren „Künstliche Intelligenz“, „Regulierung“ und „Disruptive Angreifer / FinTechs“ Fokusthemen der Diskussionen.

Über INNOVALUE:

INNOVALUE ist eine strategische Managementberatung für die Finanzdienstleistungsindustrie. Das 2001 gegründete Unternehmen ist spezialisiert auf die Bereiche Insurance, Payments und Banking. INNOVALUE bietet hochspezialisiertes, umsetzungsorientiertes Consulting und schafft messbaren Beratungserfolg. Die mehr als 60 Berater in Hamburg, Frankfurt und London verbinden ausgeprägtes Markt-Know-how mit langjährig erprobter Fach- und Methodenkenntnis. Die Service Lines Corporate Finance und INNOVALUE Solutions runden das Profil ab. Nach mehr als 350 abgeschlossenen Projekten mit hoher Wertschöpfung unterstreicht eine Weiterempfehlungsrate von 94 Prozent die Expertise von INNOVALUE.

Pressekontakt:

Dr. Hubert Becker

Instinctif Partners

Tel.: 0221 / 420 75-24

E-Mail: INNOVALUE@instinctif.com