

Mit digitalen Services im Gewerbegeschäft punkten

Interview mit Wilhelm Brenner, Leiter E-business Solutions, Hans Wetzel, Digital Sales, und Jörg Limbach, Senior Underwriter bei der AIG Gruppe

Gewerbeversicherungen für Unternehmen und Selbstständige sind eine beratungsintensive Sparte, weil sie zumeist individuell auf die Bedürfnisse der Unternehmen zugeschnitten sind. Um Vermittlern die Arbeit zu erleichtern, hat AIG bereits frühzeitig begonnen, dieses Geschäft vollständig zu digitalisieren.

Welche Chance bietet die fortschreitende Digitalisierung den Versicherungsmaklern im Gewerbekundengeschäft?

Hans Wetzel Viele unserer Kunden kennen die Vorteile digitaler Prozesse bereits aus dem Privatkundengeschäft. Die Schnelligkeit digitaler Prozesse oder auch die Fehlerfreiheit werden von den Maklern akzeptiert und nachgefragt. Es liegt also nahe, diese Vorteile im gewerblichen Sachgeschäft zum Nutzen aller anzuwenden. Mit unseren Webservices haben wir sichergestellt, dass die für das gewerbliche Geschäft notwendige Flexibilität und Individualität möglich sind.

Jörg Limbach Der Markt wird insgesamt transparenter für den Makler. Über den stetigen Ausbau von Vergleichsplattformen bekommen sowohl Makler als auch Kunden einen Überblick über Bedingungen und Preise. Wie Sie hier ganz deutlich sehen, sind große Alleinstellungsmerkmale eher selten geworden. Über eine attraktive Produkt- und Preisgestaltung allein kann heute allerdings kein Versicherer mehr einen Wettbewerbsvorsprung am Markt erzielen. Vielmehr müssen sich die Versicherer über stimmige

End-to-End-Prozesse und erstklassigen Service unterscheiden, nur damit werden sie zukünftig noch punkten können. Für den Versicherungsmakler also ein doppelter Gewinn.

Wie sehen denn die aktuellen digitalen Aktivitäten von AIG konkret aus?

Wilhelm Brenner Wir haben im letzten Jahr sehr stark daran gearbeitet, unsere Produkte und Prozesse mit Web-Services nach dem BiPRO-Standard auszustatten. Langfristig möchten wir uns so mit der jeweils vom Makler verwendeten Maklersoftware digital verbinden. In vielen Fällen ist der Versicherungsmarkt technisch jedoch noch nicht so weit. Daher haben wir zunächst eine Brückentechnologie mit sogenannten Partnershops entwickelt, damit alle Makler, die das möchten, auch digital mit uns kommunizieren können.

Welche Vorteile hat solch ein Partnershop für den Nutzer?

WB Die Partnershops sind über BiPRO-Standards an die AIG Web-Services angebunden und bringen erhebliche Vorteile mit sich – und



Wilhelm Brenner



Hans Wetzel



Jörg Limbach

zwar für alle. Für den Versicherungsmakler bedeutet der Partnershop eine wesentlich größere Geschwindigkeit bei der Quotierung und beim Vertragsabschluss. Damit entsteht ein geringerer administrativer Aufwand. So kann sich der Makler komplett auf seine Kerntätigkeit konzentrieren: die Beratung seiner Kunden.

Welche Herausforderungen bringen diese Partnershops für Sie als Versicherer mit sich?

JL Als Pionier auf diesem Feld hatten wir keine Blaupause, an der wir uns orientieren konnten. Nach vielen Gesprächen mit unseren Geschäftspartnern haben wir es allerdings geschafft, in Form unseren Partnershops eine Lösung zu entwickeln, die für alle Beteiligten Vorteile bietet und einfach und benutzerfreundlich anzuwenden ist.

Wie kann man sich einen solchen Partnershop vorstellen?

HW Im Prinzip können Sie es sich vorstellen wie einen Webshop, über den man online etwas kauft oder sich Informationen über Produkte holt. Unsere wesentlichen Produkte aus dem gewerblichen Sach-Haftbereich sowie einer Autoinhaltsversicherung und selbstverständlich Cyber und D&O sind in diesem Partnershops auf einen Blick zu finden. Makler, die mit uns zusammenarbeiten, können hier mit wenigen Standardangaben beispielsweise in Sekunden eine Preiskalkulation/Tarifierung für ihre Kunden durchführen.

Gefällt das Angebot, kann der Makler dann in einem zweiten Schritt die antragsrelevanten Daten ergänzen und den Antrag gleich online absenden. Dieser wird maschinell geprüft und in unserem Bestandssystem verarbeitet. In der Regel erhält der Makler als Antwort auf das Senden des Antrags binnen weniger Sekunden eine Vertragsnummer. In seltenen Fällen – immer dann, wenn es zum Beispiel viele Vorschäden gab und es einer individuellen weiteren Prüfung durch einen unserer Mitarbeiter bedarf – wird eine Vorgangsnummer vergeben. Sobald der Makler eine Vertragsnummer vom System erhalten hat, besteht für den Kunden ab dem gewählten Beginndatum Versicherungsschutz – eine vorläufige Deckungszusage wird somit hinfällig.

Wie bekommt der Makler anschließend die Dokumente?

WB Die meisten Makler bevorzugen den Schriftverkehr direkt online in ihr Maklerverwaltungsprogramm. Aber wenn ein Makler

das möchte, schicken wir die Unterlagen auch mit der Post.

Speziell auf das Underwriting bezogen: Welche Aspekte sind bei der Digitalisierung zu berücksichtigen?

JL In der Vergangenheit wurden eingehende Anträge von der Betriebsabteilung auf die Annahme und Zeichnungsfähigkeit hin überprüft. Diese Aufgaben übernehmen zukünftig Programme, die mit unterschiedlichen Algorithmen ausgestattet wurden.

Ohne Partnerschaften ist es als Pionier auf diesem Feld sicher schwierig. Können Sie schon von Verbindungen zu Pools und Aggregatoren erzählen?

HW Unsere Webservices haben wir mit zahlreichen Partnern eingerichtet und sind somit praxiserprobt. Mit unseren Webservices haben wir bereits zahlreiche Anbindungen realisiert. Als Beispiele können hier vfm und VEMA genannt werden. Mit vfm haben wir ein im Marktvergleich äußerst wettbewerbsfähiges Konzept über einen Partnershop realisiert, mit der VEMA eine Anbindung über deren Partnerplattform. Aus unserer Sicht sind dies sehr erfolgreiche Anbindungen. Zusätzlich sind wir natürlich ständig auf der Suche nach neuen Partnern.

Welche Konzepte vereinbaren Sie genau mit Maklerpools?

HW Wir passen unsere Standardprodukte in diesen Konzepten ganz individuell entsprechend den Bedürfnissen unserer Partner an. Hierfür verwenden wir „Sideletter“, die wir maßgeschneidert auf die einzelnen Zielgruppen bauen. Wie bereits gesagt, gehen für uns individuelle Kundenbedürfnisse und Digitalisierung Hand in Hand.

Welche weiteren Entwicklungen sind aktuell am Markt erkennbar?

HW Wir sehen eine kontinuierliche Öffnung des Marktes in Richtung Digitalisierung. Im Bereich Antrag und Tarifierung gibt es eine zunehmende Anzahl von Vergleichsportalen, welche auch über Webservices mit den Versicherern arbeiten, die diese technischen Möglichkeiten schon bieten. ■