

Für die Versicherer ein echter Weckruf

In Sachen Digitalisierung gelten die Versicherer als die Dinosaurier der Finanzbranche. Schwerfällig und technischen Innovationen gegenüber hilflos. Bis Online-Versicherer und InsurTechs den Markt aufmischten. Einer der digitalen Pioniere der Branche ist Matthias Brauch, Geschäftsführer der softfair GmbH. Einer der sich auskennt und kein Blatt vor den Mund nimmt. Der perfekte Partner für ein finanzwelt-Interview.

finanzwelt: Herr Brauch, es gibt von Ihnen die schöne Bemerkung „Raus aus der Steinzeit“, angelehnt an die Aussage des CEO von Aviva, Mark Wilson, dass sich Versicherungen noch in der Steinzeit befänden. Wie schlimm ist es tatsächlich um die Digitalisierung in der Branche bestellt?

Matthias Brauch» Wir bewegen uns merklich „raus aus der Steinzeit“. Mittlerweile hat die Entwicklung ordentlich an Fahrt aufgenommen. Es werden Ressourcen bereitgestellt und Programme aufgelegt. Das Thema Digitalisierung ist in der Versicherungsbranche endlich angekommen.

finanzwelt: Die Versicherer haben also, um einen Werbeslogan zu zitieren, verstanden. Und die Makler?

Brauch» In der Versicherungsvermittlung bedeutet Digitalisierung, dass Prozesse zwischen Makler und Versicherer optimiert und vereinfacht werden. Daten zwischen Makler und Versicherer müssen vollständig, ohne Fehler und ohne Medienbruch übertragen werden. Das können Stand heute nur die wenigsten Versicherer adäquat abbilden. Im Gegenzug liefern aber auch viele Maklerhäuser ihre Daten nicht komplett elektronisch. Komplett verstanden haben demnach beide Seiten noch nicht.

finanzwelt: Ist das nicht in erster Linie ein Schnittstellenproblem? Da kocht jeder Versicherer sein eigenes Süppchen. Zwar gibt es GDV-Schnittstellen, die durch die BiPRO-Schnittstellen ersetzt werden sollen. Aber diese Brancheninitiative ist auch alles andere als schnell. Insofern sind wir doch von Standards weit entfernt, oder?

Brauch» Auch wenn sich hier in den vergangenen Jahren viel getan hat: das Haupthindernis sind nach wie vor die Systeme der Versicherer, aus denen die Daten nicht komplett geliefert werden können. Das hat mit Sicherheit auch mit der internen Priorisierung des Themas „BiPRO“ bzw. „Prozessunterstützung für den Makler“ auf Versichererseite zu tun.

finanzwelt: Wobei ich mich immer wundere, wie schnell Vertriebe, Vergleichsrechner, Plattformen oder InsurTechs an die benötigten Schnittstellen beim Versicherer kommen. Angeblich dauert es bei ihnen nur zwei bis drei Wochen, bis ein neuer Versicherer angebunden wird.

Brauch» Hier stellt sich die Frage, was denn nach zwei bis drei Wochen konkret angebunden ist. Das Angebotsprogramm auf der Homepage? Die Maklerpost? Das geht schnell. Will man aber ganze Prozesse abbilden und beispielsweise Metadaten auslesen und gar verlässliche Prozesse darauf aufbauen, sprich Daten verarbeiten, bedarf es deutlich mehr. Hier ist neben individueller Programmierung auch die Etablierung von aufwändigen fachlichen Qualitätssicherungsprozessen notwendig. Das braucht merklich mehr Zeit.



finanzwelt: Liegt es mehr an der Zeit oder am Geld, dass es nicht richtig funktioniert? Konkret: Stellen die Gesellschaften zu wenig Budget zur Verfügung oder mahlen die Mühlen generell sehr langsam?

Brauch» Ich sehe die Herausforderung auch im Fachkräftemangel. Für junge Programmierer nach erfolgreicher Ausbildung oder auf der Suche nach einer neuen Arbeitsstelle ist die Versicherungsbranche nicht immer die Adresse Nr. 1. Und vorhandene Fachkräfte auf neue Technologien und teilweise auf einen Wandel hin zu einer agilen Unternehmenskultur zu verpflichten, ist beileibe kein Selbstgänger. Außerdem sind die IT-Systeme der Versicherer zum Teil noch aus den Anfangstagen der EDV. Sie können nur Stück für Stück angepasst bzw. modernisiert werden.

finanzwelt: Das würde ja meine vorherige Behauptung, die InsurTechs seien schneller und flexibler, erklären. Denn da sitzen die jungen Programmierer, die sich nicht mit EDV-Altlasten abplagen müssen, sondern Systeme komplett neu und modern aufsetzen können. Ist der Erfolg der InsurTechs ein Weckruf und hat er eine Zeitenwende ausgelöst?

Brauch» Um langfristig am Versicherungsmarkt bestehen zu können, braucht es nicht nur gute Technik, sondern auch Marktverständnis und ein funktionierendes Geschäftsmodell. Manch ein InsurTech scheitert schnell daran. Ja, und für die Versicherer ist es ein echter Weckruf. Sie reagieren mit Millioneninvestitionen, gründen Think-Tanks, entwickeln digital basierte Produkte – sie treiben die Digitalisierung derzeit stark voran. Die Frage ist aber eben, welchen Stellenwert beim Thema Digitalisierung dabei konkret Prozessverbesserungen von und zum Makler haben.

finanzwelt: Haben Faktoren wie der Niedrigzins oder die Regulierungen (Solvency II) auf den Prozess der Digitalisierung nicht auch einen negativen Impact?

Brauch» Sogar einen enormen Impact meines Erachtens. Zum einen müssen die Versicherer, um sich stabiler aufzustellen, ihre Kosten senken. Und hier bieten Prozessoptimierung und Digitalisierung das größte Einsparpotenzial. Leider wird Digitalisierung fälschlicherweise oft mit Automatisierung gleichgesetzt. Dabei kann ein ausschließlicher Fokus auf Automatisierung schnell zum Tod der Digitalisierung führen. Vieles, was automatisiert wird, vermindert die Datenmenge. Effizienz ist ja ein wesentlicher Bestandteil der Automatisierung und wenige Daten zu verarbeiten ist häufig ein Indikator für Effizienz. Die Daten gehen dann auf Kosten des Prozesses verloren. Zum zweiten bindet die Umsetzung aller regulatorischen Anforderungen viele Ressourcen in der IT, die dann an anderer Stelle für Weiterentwicklungen fehlen.

finanzwelt: Wie gedenkt softfair, die Versicherer und die Makler bei der Prozessoptimierung konkret zu unterstützen?

Brauch» Wir denken schon seit Jahren nahezu ausschließlich in Prozessen, weniger in Produkten. Darauf sind unsere Programme und Webservices ausgerichtet. Zudem werden wir bei den Prozessen zwischen dem Versicherer und Makler künftig für mehr Transparenz sorgen. Die nächsten Wochen werden wir unsere Prozessanalyse inklusive Prozesssiegel wieder auflegen und transparent auf der Homepage darstellen, welcher Versicherer die Prozesse vom und zum Makler wie gut unterstützt. Die Bewertungskriterien werden dabei offen gelegt und sind für jeden nachvollziehbar. Durch unsere Marktdurchdringung und die Vielzahl unserer Prozesse und Anbindungen kann man hier einen guten Überblick über die Branche geben.



finanzwelt: Es gibt den Begriff des hybriden Kunden. Müssen sich Makler auf diesen Typus einstellen und wenn ja, wie?

Brauch» Als Makler kann man den hybriden Kunden abholen, wie jeden anderen Kunden auch. Es geht im Grunde darum, dass man sich um ihn kümmert. Von sich aus wird er selten aktiv. Wenn ein Makler sich auf seinen Kunden einstellen kann – online und offline immer die passenden Produkte vermitteln kann – ist es egal, ob hybrid oder nicht. (lvs)

Info

Das vollständige Interview lesen Sie auf www.finanzwelt.de