

Leistungsstarke Absicherung

Eine Gewerbeversicherung ist nicht mit wenigen Worten erklärbar, denn es müssen die unterschiedlichsten Risiken abgesichert werden. Wie weit haben sich automatisierte Prozesse in der Gewerbeversicherung bereits etabliert? Welche Herausforderungen bei der Vermittlung müssen bewältigt werden und wie wichtig ist der persönliche Kontakt in diesem Versicherungssegment? Wir haben Branchenexperten zu ihrer Meinung befragt.

**Rainer Polleichtner,
Vorstand für Vertrieb und
Marketing bei der EFM
Versicherungsmakler AG**

Wo sehen Sie die größte Herausforderung bei der Vermittlung von Gewerbeversicherungen?

Die richtige Beratung im Bereich der Gewerbeversicherung ist deutlich komplexer und umfangreicher als im Privatbereich. Da jedes Unternehmen individuell ist, benötigt es auch eine maßgeschneiderte Lösung. Das Erkennen von Risiken und deren Bewertung kann nur gemeinsam mit dem Kunden erfolgen. Das erarbeitete Risikobild ist die Basis für ein angepasstes Deckungskonzept für den Betrieb.

Die Erfahrung der vergangenen Jahre hat eindeutig gezeigt, dass digitale Werkzeuge niemals den professionellen Anwender ersetzen können, weshalb wir konsequent weiter den Weg gehen, der Werkzeugen den zutreffenden Wert gibt und nicht darauf abzielt, Menschen durch Werkzeuge zu ersetzen.

- Rainer Polleichtner

Wir befinden uns in einer Zeit, in der sich laufend neue Herausforderungen ergeben. Etwa das Cyberisiko. Die zunehmende Digitalisierung steht in einer engen Verbindung mit Bedrohungen im Cyberbereich, die auch existenzbedrohende Ausmaße annehmen können. Jedoch orten wir gerade in diesem Bereich, dass bei vielen Unternehmen dieses Thema noch unterschätzt wird.

Wie viel digitale Unterstützung bzw. wie viele Abläufe verträgt eine Gewerbeversicherung?

Mit einer digitalen Unterstützung sammeln wir relevante Schadensfälle und können so individuelle Risiken bei Gewerbeunternehmen noch effizienter bewerten. Der enge Austausch mit den Experten innerhalb der EFM ermöglicht es, Kompetenzzentren für unterschiedliche Branchen aufzubauen.

Viele unserer Partner haben sich in unterschiedlichen Branchen – wie etwa Landwirtschaft, Baubranche, Juweliers und viele weitere – spezialisiert und dort teilweise jahrzehntelange Expertise aufgebaut. Durch das Teilen von diesem Spezialwissen profitieren alle EFM-Partner. Die digitalen Werkzeuge dazu bieten unseren Fachleuten eine Unterstützung, um ihre Arbeit effizienter



Rainer Polleichtner

und für den Kunden leichter darstellbar zu machen.

Sebastian Ratcliffe, Head of Business bei der riskine GmbH

Der Gewerbeversicherungsmarkt ist deutlich heterogener als für Privatkunden, wodurch es wichtig ist, zwischen unterschiedlich komplexen Risiken zu unterscheiden. Speziell bei weniger komplexen Risiken haben digitale Abläufe das Potenzial, Zeit, Geld und Nerven zu sparen – für Versicherungsmakler, Versicherungen und Endkunden.

Im Gewerbebereich ist der wichtigste Kanal nach wie vor der Maklervertrieb, der jedoch mit immer größeren Heraus-



Sebastian Ratcliffe

forderungen konfrontiert wird: 1) Die Arbeitsweisen und Beschäftigungsfelder der KMU verändern sich (Homeoffice, E-Commerce). 2) Der Klimawandel und die damit einhergehenden regulatorischen Vorgaben setzen einige KMU unter Druck. 3) Cyber Risiken sind längst nicht mehr nur für große Unternehmen ein Thema. Dadurch wird es selbst für erfahrene Makler immer schwieriger, den tatsächlichen gesamtheitlichen Bedarf eines KMU zu bestimmen und zu den individuellen Wünschen und Bedürfnissen zu beraten. Im Gegensatz dazu bedeutet das für Versicherungen einen signifikanten administrativen Aufwand bei Maklerbetreuern und im Underwriting. Hier können digitale Lösungen und die damit einhergehende Automatisierung der Prozesse einen erheblichen Mehrwert schaffen. Intelligente Fragestrecken stellen sicher, dass Berater zu jedem Ri-

Digitale Lösungen unterstützen Berater auch zunehmend bei Prozessen außerhalb der traditionellen Versicherungsberatung. Ein Beispiel ist unser ESG-Analysar, der eine Beratung zur EU-Taxonomie und Klimarisiken erlaubt.

- Sebastian Ratcliffe

siko die richtigen Fragen parat haben. Von voll digitalen, gesamtheitlichen Bedarfserhebungen über Produktberatung, digitales Angebot und Vergleich bis hin zur Dunkelverarbeitung – all das ist längst nicht mehr nur Privatkunden vorbehalten. Zudem können digitale Lösungen auch Privatkundenberater dabei unterstützen, das Potenzial von Gewerbeversicherungen zu heben.

Ein weiterer Trend, den wir beobachten, ist der Self-Service-Kanal. Es werden zwar kaum Produkte online abgeschlossen, aber eine digitale Strategie für Versicherungen und Makler ist ohne Self-Service-Komponente bzw. hybride Lösungen, die Self-Service und traditionelle Beratungen verbinden, kaum noch vorstellbar. In vielen traditionellen Digitalisierungsstrategien wurden oftmals verschiedene Kundentypen in unterschiedlichen Abschnitten in ihrem „Customer Life Cycle“ durch dieselben Lösungen „gejagt“. Eine moderne Self-Service-Lösung passt sich hingegen an die individuellen Bedürfnisse der Kunden an. So können z. B. Jahresgespräche für KMU digital durchgeführt und der Bestand voll automatisiert bedient werden.

**Prok. Mag. Reinhard Kröpfl,
AGON Finanzmanagement**

Wo sehen Sie die größte Herausforderung bei der Vermittlung von Gewerbeversicherungen?

Die größte Herausforderung ist nicht die Vermittlung von Gewerbeversicherungen per se, sondern jene, bei dem Kunden ein Bewusstsein für die passende Risikopolitik eines Unternehmens zu schaffen. Welche Absicherung ist in der jeweiligen Situation des Unternehmens ein Muss, ein Kann oder (noch) nicht notwendig. Hier ist ein Start-up meist an-

Eine notwendige Risikobesichtigung und der regelmäßige, persönliche Kontakt zum Gewerbekunden sind jedoch unersetzbar. Die Beratung ist einfach viel hybrider geworden.

- Prok. Mag. Reinhard Kröpfl

ders zu betreiben als ein gestandenes Unternehmen.

Noch herausfordernder ist dann die laufende Betreuung des Unternehmens. Die dynamische Entwicklung des Versicherungsmarktes, der Produkte und die oft laufenden Veränderungen beim Kunden sind die zu beachtenden Faktoren. Zusätzlich darf man den Kunden zeitlich nicht überfordern und muss versuchen, ihm die abstrakte Materie Versicherung greifbar machen, um richtige Entscheidungen treffen zu können.

Wie viel digitale Unterstützung bzw. wie viele Abläufe verträgt eine Gewerbeversicherung?

Seit der Corona-Krise hat sich das (digitale) Beratungsumfeld stark verändert, da viele Kunden gezwungen wurden, die Vorteile der digitalen Beratung zu erkennen. Insbesondere in der Folgeberatung kann die technische Unterstüt-



Prok. Mag. Reinhard Kröpfl