

11.12.2018 - 12:03 Uhr

Wiederanlagen: Versicherer verschenken Milliarden-Potenzial

Köln (ots) -

Ein Großteil der Versicherer arbeitet nicht systematisch an einer Verbesserung der Wiederanlagequote (WAQ). Wie eine aktuelle Studie zeigt, verschenkt die Branche so jährlich ein Potenzial von rund 4,6 Milliarden Euro Anlagevolumen.

Keine systematischen Prozesse, fehlende digitale Tools, eine unzureichende Vertriebsstrategie: Laut einer aktuellen Studie* der globalen Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners machen deutsche Versicherer Vieles falsch bei der Wiederanlage von Lebensversicherungen. Mit großen finanziellen Auswirkungen: Aktuell liegt die Wiederanlagequote der an der Studie teilnehmenden Versicherungen durchschnittlich bei 13,5 Prozent. Diese schätzen jedoch, dass sie selbst eine WAQ von 25 Prozent erreichen können. Das würde eine Steigerung um 85 Prozent jährlich bedeuten. "Auf die gesamte Branche bezogen, lassen Versicherer also nach eigener Einschätzung jedes Jahr 4,6 Milliarden Euro auf der Straße liegen", so Frank Gehrig, Partner bei Simon-Kucher. "Unserer Meinung nach könnten sie sogar eine WAQ von 30 Prozent erreichen; das wären dann 6,6 Milliarden pro Jahr. Keine Branche der Welt kann sich das leisten."

Wiederanlage-Prozesse - Stand heute

Wieso ist die WAQ der Versicherer momentan so niedrig? Wie die Studie herausfand, kontaktieren zwar 84 Prozent der Versicherer ihre Kunden mindestens neun Monate vor Ablauf der Police. Besser wäre jedoch ein Jahr. Und vor allem: 89 Prozent der Teilnehmer beschränken diesen Kontakt auf die reine Abwicklung der Auszahlung, nur elf Prozent nehmen die Chance wahr, gleichzeitig einen neuen Verkaufsprozess anzustoßen. Was fehlt sind systematische Prozesse und die dazu passenden digitalen Werkzeuge. 100 Prozent der Befragten berichteten, dass es in ihrem Haus entweder keinen systematischen Verkaufsprozess für Wiederanlagen gibt oder dieser nicht konsequent umgesetzt wird. 76 Prozent sehen fehlende Vertriebssoftware und -tools als Grund für die niedrige WAQ.

Ansatzpunkte zur Potenzial-Ausschöpfung

Das hier eine Veränderung nötig ist, weiß auch die Assekuranz: 67 Prozent der Studienteilnehmer gaben an, dass Wiederanlagen in den letzten drei Jahren in ihrem Haus an Bedeutung gewonnen haben. "Um die WAQ zu steigern, müssen Versicherer den Vertrieb optimieren", erklärt Maximilian Effing, Manager bei Simon-Kucher. "Aktuell kontaktieren die Vermittler ihren Kunden kaum. Der Grund dafür sind fehlende Prozesse: Es gibt kein 'gelerntes Verhalten', mit dem Kunden in Kontakt zu stehen. Das muss geändert werden. Die Lösung sind stringente Konzepte, die den regelmäßigeren, persönlichen Kontakt mit dem Kunden forcieren."

Zudem sollten Versicherer die Kundensegmente mit Wiederanlagepotenzial detailliert analysieren und sich die folgenden Fragen stellen: Welche Bedürfnisse haben diese Kunden, die sich meist im Renteneintrittsalter befinden? Welche Produkte kann man ihnen anbieten? Wie gelingt es, ein Wegbegleiter in die neue Lebensphase zu werden?

*Über die Studie: Die Kurz-Studie "Wiederanlage" wurde 2018 von Simon-Kucher & Partners durchgeführt. Befragt wurden Teilnehmer aus 45 deutschen Versicherungshäusern, die Lebensversicherungen anbieten.

Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants: Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf TopLine Power® ausgerichtet. Laut mehrerer Studien unter deutschen Top-Managern (manager magazin, Wirtschaftswoche, brand eins) ist Simon-Kucher bester Marketing- und Vertriebsberater und führend im Bereich Pricing und Wertsteigerung. Die Unternehmensberatung ist mit über 1.200 Mitarbeitern in 38 Büros weltweit vertreten.

Kontakt:

Anne Angenvoort (Public Relations Manager)
Tel: +49 221 36794 386
E-Mail: Anne.Angenvoort@simon-kucher.com
www.simon-kucher.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100823113> abgerufen werden.