

# Aktuelle Entwicklungen in der Versicherungs- wirtschaft

## Versicherungsforen-**Themendossier**

Nr. 6/2024

Auszug

**„Die so gewonnene neue Beratungsgüte im Kundengespräch kann zum wichtigen Differenzierungsmerkmal im zunehmenden Wettbewerb werden.“ Interview mit Ute Geishauser, KuBI e.V.**

# Versicherungsforen **THEMENDOSSIER**

Eine Publikation der

 **Versicherungsforen** Leipzig

## „Die so gewonnene neue Beratungsgüte im Kundengespräch kann zum wichtigen Differenzierungsmerkmal im zunehmenden Wettbewerb werden“

Interview mit Ute Geishauser, Systemische Beraterin, Coach und Mentorin, Vorstand KuBI e.V.

Bereits zum 24. Mal wird in diesem Jahr der Eisenhut Award vergeben, eine Auszeichnung für die Vertriebssoftware von Versicherungsunternehmen, um für die Bedeutung der Beratungsqualität von Privat- oder Firmenkunden zu sensibilisieren. Neben der Software nimmt Award-Ausrichter KuBI e.V. aber auch die Beratungsgüte von Versicherungsvermittlern und -vermittlerinnen im Bereich Gewerbe und Altersvorsorge mit jeweils eigenen Auszeichnungen in den Blick.

Seit 2023 beteiligen sich auch die Versicherungsforen Leipzig an der Ausrichtung der Awards. Mit Ute Geishauser, Mitglied des Vorstands des KuBI e.V., haben wir über die Hintergründe des Awards gesprochen und warum die Verbesserung der Beratungsgüte eine wichtige Zielstellung für jedes Versicherungsunternehmen sein sollte. Der Verein versteht sich als **K**onzeptentwicklungs- und **B**eratungs-/Innovati-



onswerkstatt der Assekuranz und Finanzdienstleister. KuBI e.V. hat sich zum Ziel gesetzt, die Transparenz und Qualität in der Kundenberatung zu fördern.

Warum ist es notwendig, die Beratungsgüte von Versicherungsvermittlern zu verbessern? Welche Rolle spielen dabei die Treiber Kundenerwartungen, regulatorische Anforderungen und aktuelle Marktentwicklungen?

Gute Beratung ist heute wichtiger denn je. Da die Reformen der letzten Jahre in der

gesetzlichen Rentenversicherung meist mit Leistungsreduzierungen einhergegangen sind, hat sich der Bedarf an ergänzenden privaten Versicherungen deutlich erhöht. Umfragen zeigen, dass dies in der gesamten Tragweite nicht jedem Kunden/ jeder Kundin unbedingt bekannt bzw. transparent ist. Im Beratungsgespräch kommt es daher heute mehr denn je darauf an, Versicherte über ihre tatsächlichen Versorgungslücken aufzuklären und individuelle Lösungen anzubieten. Parallel dazu sind die Kundenerwartungen an Versicherungsprodukte und -dienstleistungen deutlich gestiegen. Da der demografische Wandel zwangsläufig zu einem Rückgang der Neukundenzahlen führt, kann die Differenzierung durch hohe Beratungskompetenz in einem Markt mit zunehmendem Wettbewerbsdruck nur von Vorteil sein.

Wie trägt die Verbesserung der Beratungsgüte dazu bei, die Wettbewerbsfähigkeit von Versicherungsvermittlern zu erhöhen und sich in einem gesättigten Markt zu differenzieren?

Auf Kundenseite nimmt, besonders innerhalb der jungen Generation, der Anteil an – geplant oder ungeplant – nicht linearen Erwerbsbiografien signifikant zu. Für Versicherungsvermittler und -vermittlerinnen besteht die Verpflichtung, Kunden und

Kundinnen auf die langfristigen finanziellen Auswirkungen aufgrund von Erwerbspausen aufmerksam zu machen.

Hierzu bedarf es neben kompetenten Vermittlern und Vermittlerinnen einer Beratungssoftware, die diese in die Lage versetzt, richtige Berechnungen der Versorgungslücken durchzuführen und zudem geeignete Produktlösungen für ihre Kundinnen und Kunden anzubieten. Für Versicherer bedeutet dies eine Investition in die Entwicklung individueller Beratungssoftware und neue Produktlösungen, wie auch in umfangreiche Schulungsmaßnahmen für die Vermittelnden. Die so gewonnene neue Beratungsgüte im Kundengespräch kann zum wichtigen Differenzierungsmerkmal im zunehmenden Wettbewerb werden.

In welcher Weise erfordert die fortschreitende Digitalisierung eine Anpassung und Verbesserung der Beratungsmethoden von Versicherungsvermittlern und -vermittlerinnen? Inwiefern kann der Einsatz moderner Technologien wie KI-gestützte Beratungstools die Beratungsgüte verbessern?

Die fortschreitende Digitalisierung hat die Erwartungen der Kundinnen und Kunden an Service, Zugänglichkeit und Personali-

sierung verändert. Um diesen neuen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, müssen Versicherungsgesellschaften und auch deren Vermittler und Vermittlerinnen ihre Beratungsmethoden anpassen. Künstliche Intelligenz und automatisierte Beratungstools, wie Chatbots oder Robo-Advisors, unterstützen bereits zunehmend den Beratungsprozess bei grundlegenden Fragen und auch in der Produktauswahl. Um diese neuen Technologien ergänzend und mehrwertig für Kundinnen und Kunden einsetzen zu können, müssen Vermittlerinnen und Vermittler entsprechend geschult werden. Der Einsatz moderner Beratungstools hat zudem auch eine Anpassung der Kommunikationswege, Beratungsprozesse und des Datenschutzes zur Folge. Wird dieses Zusammenspiel von KI-Tools und persönlicher Beratung durch Vermittlerinnen und Vermittler im Kundengespräch richtig kombiniert, kann dies zu einer erheblichen Verbesserung der Beratungsgüte führen. Schon in den vergangenen Jahren konnten wir im Rahmen unserer Awards moderne KI-gestützte Beratungstools begutachten. Auch in diesem Jahr sind einige Softwareanbieter dabei, die bereits in Teilen KI-Funktionen nutzen, um Datenanalysen zu verbessern, personalisierte Empfehlungen zu geben und Prozesse zu automatisieren oder auch z.B. KI-basierte Auszahlungspläne erstellen.

Die von Ihnen vergebenen Finanzdienstleistungsawards verfolgen genau das bereits angesprochene Ziel, die Beratungsgüte zu verbessern. Können Sie erläutern, wie genau die Awards dazu beitragen, die Qualität der Beratung von Privat- und Firmenkunden durch Vermittlerinnen und Vermittler zu steigern?

In den Awards für Altersvorsorgeberatung und Gewerbeberatung steht die individuelle Beratungsgüte des Vermittelnden im Vordergrund. Nach erfolgreich bestandener schriftlicher Prüfung, geht es in dem Präsenztermin mit der Jury um die zwischenmenschliche Kommunikation im Beratungsgespräch, das Herausfinden von Kundenwünschen und -bedürfnissen, das Erarbeiten von Versorgungslücken und deren Bewertung sowie die Empfehlung einer kundenadäquaten Minderung der Versorgungslücken. Beraterinnen und Berater, die sich diesen Awards stellen, müssen sowohl über versicherungsfachliches Know-how als auch über gute Kenntnisse der steuer- und sozialversicherungsrechtlichen Grundlagen verfügen.

Bei der Gewerbeberatung achtet die Jury darauf, dass eine fundierte Risiko- und Bedarfsanalyse des zu versichernden Betriebes erfolgt. Dazu gehören auch Betriebsbesichtigungen, wie sie in der schriftlichen

Prüfung in Form von umfangreichem Bildmaterial simuliert wird. Lösungsvorschläge für die festgestellten Risiken und Versorgungslücken sollen dem Unternehmen in einer verständlichen Form aufgezeigt werden.

Im Eisenhut Award wird die Beratungssoftware geprüft. Ein Schwerpunkt dieses Awards ist die Berechnungsgüte bei der Vorsorgeanalyse und das Aufzeigen der Konsequenzen von „Vereinfachungen“, die bis heute von vielen Anbietern und Versicherern völlig unterschätzt werden. Betroffen von der Vereinfachung der Berechnungsverfahren war und ist bis heute ausgerechnet die Zielgruppe der Frauen. Auf diesen Umstand machen wir seit Jahren aufmerksam. Aufgrund der – wie wir es nennen – „Berechnungsbequemlichkeit“ einiger Anbieter wird den Frauen häufig eine Versorgungssicherheit suggeriert, die sich im Fall einer Witwenschaft als absolut falsch erweist. Die am Eisenhut Award teilnehmenden Gesellschaften haben erkannt, dass einerseits das Invest in die „Analyseinstrumente“ – also die Beratungssoftware – und andererseits das Invest in die individuelle Beratungskompetenz der Vermittlerinnen und Vermittler erforderlich ist. In den letzten Jahren konnten wir vielfach zum Umdenken in der Branche beitragen, indem unser Jury-Team in kostenlosen und vertraulichen

Workshops, Hinweise zur Verbesserung der Analyseleistungen der Beratungssoftware geben konnte.

[Der Auswahlprozess für den Eisenhut Award scheint sehr anspruchsvoll zu sein. Können Sie den Prozess näher beschreiben und welche spezifischen Kriterien angelegt werden, um die Gewinner zu bestimmen?](#)

Im Mittelpunkt des Eisenhut Awards stehen die Themen Gesetzeskonformität, Usability sowie die gelungene Berücksichtigung individueller Kundenbedürfnisse, -wünsche und -fähigkeiten. Die mehrköpfige Jury sieht als wichtige Aufgabe die Förderung der Beratungsqualität der Bewerber-Software an. Der Award-Prozess ist mehrstufig. Nach der Anmeldung werden die Bewerberinnen und Bewerber gebeten, zeitnah einen Fragenkatalog zu vervollständigen. Das ehrenamtliche Jury-Team ermittelt anhand dieser Angaben sowohl den Funktionsumfang der Bewerberlösung als auch die Vorab-Zuteilung in die jeweilige Award-Rubrik. Bewerberinnen und Bewerber erhalten zu jeder Selbstauskunft eine Bewertung durch die Jury sowie die Freigabe zum nächsten Prozessschritt oder zum Ausscheiden aus dem Bewerbungsprozess. Nach Annahme der Bewerbung bitten wir die Bewerberinnen und Bewerber die Software anhand

von Test- oder Schulungsdaten bereitzustellen.

Softwareängel oder Optimierungsmöglichkeiten werden vertraulich und kostenfrei mitgeteilt. Die Bewerbungssoftware darf bis zum Finale nachgebessert werden. Dies gilt besonders für Start-up-Unternehmen, die auf diese Weise vom gebündelten Fachwissen der Juroren profitieren können. Für die Teilnehmenden an den finalen Prüfungen kann dies bei Bedarf auch einen (kostenlosen) Optimierungsworkshop umfassen. Wir legen besonderen Wert auf die Transparenz der Jury-Entscheidungen. Bis zur Teilnahme am Finale haben Bewerberinnen und Bewerber Einspruchsmöglichkeiten.

Nach der Prüfung im Finale berät die Jury, wie die Bewerbung zu bewerten ist. Zur Auswahl stehen Awards in Bronze, Silber

oder Gold und in Ausnahmefällen auch Platin.

[Den Eisenhut Award gibt es bereits seit 2000. Welcher Gewinner ist Ihnen besonders in Erinnerung geblieben und warum?](#)

Der Eisenhut Award ist der dienstälteste Software-Award in Deutschland – mit renommierten Siegern wie Allianz, Basler, Ergo, Generali, Gothaer, Hannoversche Leben, LVM, Provinzial NordWest, R+V, Sparkassen in Hamburg, Osnabrück und Witten etc. – um nur einige zu nennen.

Als erster Bewerber seit Award-Start im Jahr 2000 hat die Swiss Life Deutschland Vertriebsservice GmbH im letzten Jahr die dritte Platin-Auszeichnung in der Prüf-Rubrik „Ganzheitliche Beratung“ erhalten.

[Vielen Dank für das Interview!](#)

---

### **Bewerbungsphase gestartet**

Bis zum 15.4. läuft die Bewerbungsphase für den diesjährigen Eisenhut Award sowie die Awards für Altersvorsorge- und Gewerbeberatung.

Weitere Informationen gibt es unter <https://www.kubiev.de/>

---

## IMPRESSUM

### Autorin des vorliegenden Themendossiers

Magdalena Dröse et al.

T +49 341 98988-225

E [magdalena.droese@versicherungsforen.net](mailto:magdalena.droese@versicherungsforen.net)

### Feedback zum vorliegenden Themendossier

Wenn Sie uns Ihre Meinung mitteilen möchten, würde uns das sehr freuen. Vielleicht gibt es ja ein spezielles Thema, über das Sie im Themendossier einmal lesen möchten? Haben Sie weitere Fragen und Anregungen oder Anlass zur Kritik? In jedem Fall freuen wir uns über eine Nachricht von Ihnen.

### Bitte senden Sie Ihre Kommentare an

Magdalena Dröse | T +49 341 98988-225 | E [magdalena.droese@versicherungsforen.net](mailto:magdalena.droese@versicherungsforen.net)

### Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers

Aufgrund der Partnerschaft Ihres Unternehmens mit den Versicherungsforen Leipzig steht Ihnen das Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers unternehmensweit zur Verfügung! Gern können Sie deshalb weitere Empfänger aus Ihrem Haus registrieren lassen. Nutzen Sie dazu einfach unser Anmeldeformular unter [www.versicherungsforen.net/abo\\_themendossier](http://www.versicherungsforen.net/abo_themendossier).

Eine Übersicht über alle Partnerunternehmen finden Sie unter [www.versicherungsforen.net/partner](http://www.versicherungsforen.net/partner).

### Abbestellen des Versicherungsforen-Themendossiers

Sie wollen das Themendossier in Zukunft nicht mehr empfangen? Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „unsubscribe Themendossier“ an [kontakt@versicherungsforen.net](mailto:kontakt@versicherungsforen.net).

### Versicherungsforen-Newsletter

Wenn Sie regelmäßig per E-Mail über Aktualisierungen im Bereich „Wissen“ auf [www.versicherungsforen.net](http://www.versicherungsforen.net), Veröffentlichungen, gegenwärtige Veranstaltungen sowie Nachrichten aus unserem Partnernetzwerk informiert werden möchten, können Sie sich auf [www.versicherungsforen.net/newsletter](http://www.versicherungsforen.net/newsletter) anmelden. Diesen Service bieten wir auch für Nicht-Partnerunternehmen kostenfrei an.

### © 2024 Versicherungsforen Leipzig GmbH

Ein Unternehmen der LF Gruppe | Hainstraße 16 | 04109 Leipzig |

T +49 341 98988-0 | F +49 341 98988-9199 | E [kontakt@versicherungsforen.net](mailto:kontakt@versicherungsforen.net) | I [www.versicherungsforen.net](http://www.versicherungsforen.net)

Geschäftsführung: Dipl.-Math. Justus Lücke, Dipl.-Winf. Jens Ringel | Amtsgericht Leipzig HRB 25803

Ust.IdNr.: DE268226821