

Die Letzten werden die Ersten sein

Versicherungsbroker Die Digitalisierung stand bei Brokern bisher kaum im Vordergrund. Neue Projekte und Initiativen ändern das gerade.

MATTHIAS NIKLOWITZ

Die grossen Erstversicherungen digitalisieren: Mobiliar und Helvetia haben dreistellige Millionenbeträge für Startups ausgegeben. Viele weitere arbeiten an Apps und neuen Policen mit innovativen Features. Und auch Swiss Re, eigentlich ein Rückversicherungsunternehmen, hat digitale White-Label-Lösungen für Lebensversicherungen, die Autohaftpflicht und das Schaden-geschäft entwickelt. Ziemlich ruhig ist es bisher lediglich bei den Versicherungs-brokern.

«Als gesamte Branche sind wir immer noch nicht dort, wo wir sein wollen», räumt Paul Berchtold, Chief Operational Officer bei Aon in Zürich, ein. «Leider verlaufen Bemühungen um die Einigung hinsichtlich Marktstandards langsamer, als wir uns das wünschen würden. Von einer wirklichen Digitalisierung, von integrierten Prozessen, wie wir sie aus der Industrie kennen, sind wir als gesamte Branche noch ein paar Schritte entfernt.» Dabei

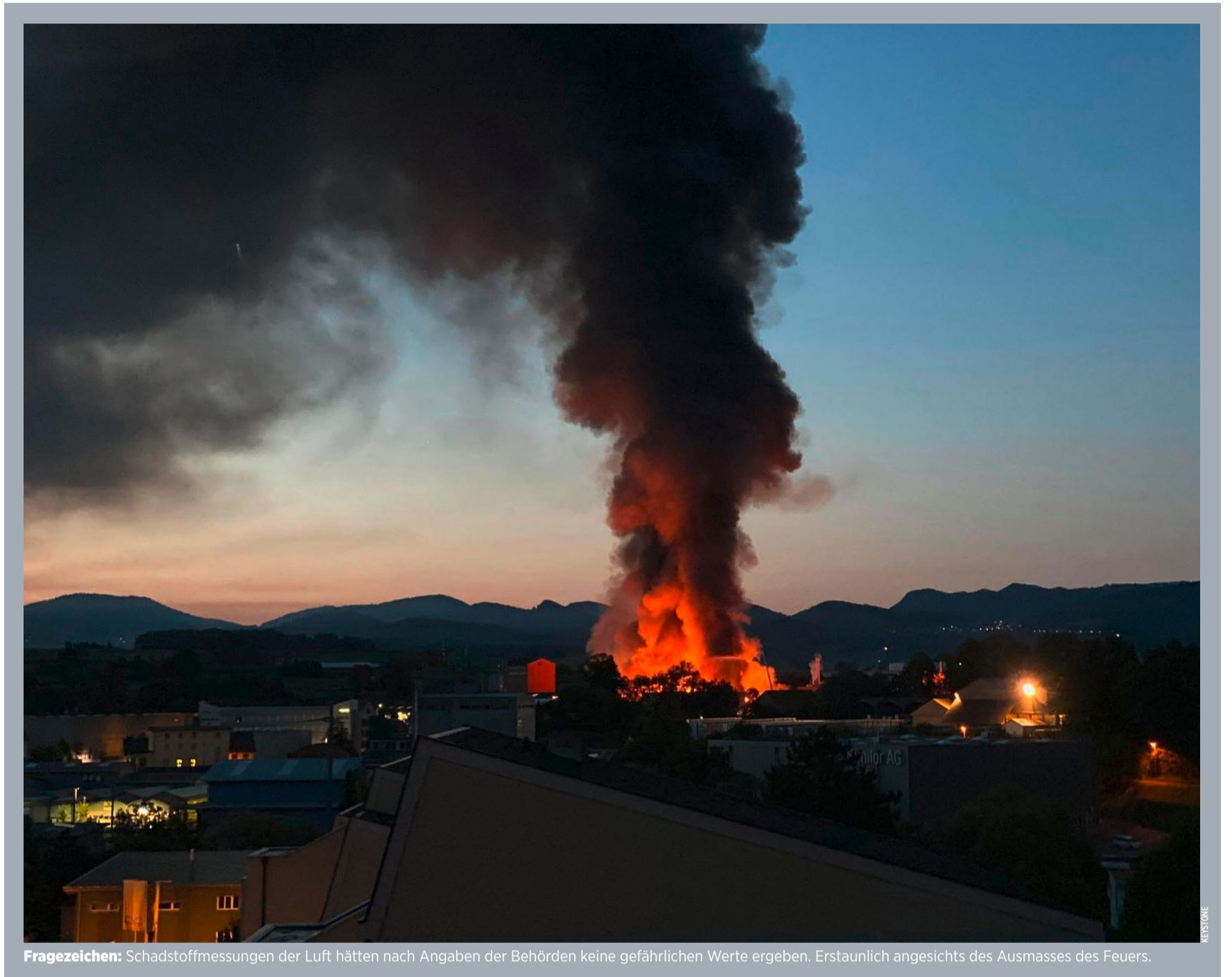
Die digitale Checkliste bietet für Unternehmen spannende Analysen zur Gestaltung des eigenen Risikomanagements.

wäre die Digitalisierung laut Berchtold auch eine Chance, Abläufe künftig besser und effizienter zu tätigen und wertvolle Ressourcen besser einzusetzen. Dabei gehe es bei weitem nicht nur um die Implementierung einer neuen Frontend-Applikation. «Mehrwert schaffen nur eine durchgängige Digitalisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen», so Berchtold.

Kunden sollen vernetzt werden

Aon als global auftretender Broker digitalisiert sein eigenes Geschäft laufend weiter. «So optimieren wir zurzeit etwa verstärkt die Prozesse, um aus physischen Dokumenten digitale Daten zu erhalten», sagt Berchtold. «Dabei geht es nicht nur um die formale Umwandlung, sondern vielmehr um die produktive, automatisierte Verarbeitung der Dokumentinhalte. Und das systemübergreifend.» Ein weiteres Beispiel, welches sich spezifisch auf die Schweiz bezieht, ist das EcoHub-Projekt der IG B2B, das Aon aktiv unterstützt und als eine neutrale Transaktionsplattform zwischen Versicherer und Broker etablieren will.

«In der Zusammenarbeit mit unseren Versicherungspartnern stellen wir leider noch immer fest, dass die Digitalisierung der Prozesse mit Brokern keine hohe Priorität genießt», sagt auch Rolf Jufer, Geschäftsleitungsmitglied bei Funk Insurance Brokers. «In erster Linie wollen wir die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen, um die für Kunden in der Interaktion mit uns deutlich zu steigern.» Es gehe da-



Fragezeichen: Schadstoffmessungen der Luft hätten nach Angaben der Behörden keine gefährlichen Werte ergeben. Erstaunlich angesichts des Ausmasses des Feuers.

bei auch darum, mit intelligent aufbereiteten Daten den Kunden bessere und schnellere Entscheide zu ermöglichen. «In der Beratung und Betreuung unserer Kunden pflegen wir einen hybriden Ansatz», so Jufer. «Unser Betreuungsteam wird weiterhin die zentrale persönliche Anlaufstelle für den Kunden sein.»

Bei Funk Insurance Brokers arbeitet man an aktuellen Kundenprojekten wie einer Absenz-Management-Applikation, einem Risikomanagement-Tool und Funk Cyber Aware (digitales Awareness-Training für Mitarbeitende der Kunden). Sie werden in Zukunft alle über das eigene Portal angeboten. «Unsere Vision heisst Digital Bridge», sagt Jufer. «In absehbarer Zukunft wollen wir die Digitalisierung nutzen, indem wir für Kunden Risiko-

management und Versicherungsmanagement so digital vernetzen, damit der Risikotransfer für sie finanziell und prozessual so effizient und effektiv wie möglich wird.»

Kommunikation erfolgt papierlos

«Kessler ist im Vergleich zu anderen Brokern und Versicherern weit fortgeschritten und hat vor Jahren bereits diverse Prozesse digitalisiert», erklärt Natalie Kolb, Marketingleiterin beim Broker Kessler. «Die Kommunikation mit Kunden und Versicherern erfolgt praktisch ausnahmslos papierlos, die digitale Unterschrift wird seit Jahren verwendet und als letzte Neuerung hat Kessler dieses Jahr die Checkliste zur Risikobewertung von Unternehmen, die wir zur gemeinsamen Risikoevaluation mit den Kunden verwenden, digitali-

siert.» Die digitale Checkliste biete den Kunden nicht nur jederzeit online Zugang zu ihren Daten, sondern ermögliche zusätzlich spannende Analysen für das eigene Risikomanagement.

Weitere Beispiele digitaler Anwendungen bei Kessler sind laut Kolb Kessler-Online, eine webbasierte Plattform, die Kunden jederzeit Einsicht in ihre Policendaten ermöglicht, und Marsh Global Connect. Das ist eine gemeinsame Plattform mit dem Netzwerkpartner Marsh, die beispielsweise zur Steuerung internationaler Versicherungsprogramme eingesetzt wird. «Kessler engagiert sich ausserdem – mit Tom Kessler im Vorstand – stark in der Interessengemeinschaft IG B2B», so Kolb weiter. Diese fördere den automatisierten Geschäftsverkehr zwischen Bro-

kern und Versicherern. Mit EcoHub wurde eine interaktive Online-Plattform geschaffen, die als digitaler Marktplatz für den Schweizer Versicherungs-, Vorsorge- und Brokermarkt fungiert.

Und seit Ende 2019 ist Kessler an der Sobrado Software AG, der führenden Anbieterin von Online-Services im Bereich der Offertprozess- und Informationsdienstleistungen für Versicherungs- und Vorsorgelösungen in der Schweiz, beteiligt. Auch Sobrado unterstützt IG B2B bei EcoHub.

www.aon.com
www.kessler.com
www.igb2b.ch
www.funk-gruppe.ch
www.marsh.com

ANZEIGE



Jetzt Offerte
bestellen unter
0848 820 820

Weniger Sorgen für Selbstständige.

Die Unternehmensversicherung der Suva bietet Selbstständig-erwerbenden einzigartigen finanziellen Schutz bei Unfällen in Beruf und Freizeit sowie bei Berufskrankheiten. Übrigens: Auch mitarbeitende Familienmitglieder, die keinen AHV-pflichtigen Lohn beziehen, können sich versichern lassen. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.suva.ch/unternehmerversicherung.

suva