

## ALLES ANDERE ALS STANDARD

# Wie der Trend der adaptiven Versicherung die Beratung der Zukunft prägt

Von Redaktion 09.02.2023 09:23, aktualisiert am 17.11.2023 05:46

Die Zeit von Copy and Paste ist vorbei. Schnell einen Textbaustein kopieren und in die nächste E-Mail einfügen ist keine gute Idee. Schließlich erwarten Kundinnen und Kunden heute, dass individuell auf sie eingegangen wird. Das gilt nicht nur für die Kommunikation, sondern auch für Versicherungsprodukte und Dienstleistungen.

Diese Marktentwicklung führt dazu, dass sich die Versicherungswirtschaft im Umbruch befindet – und die Geschäftsmodelle der Vermittlerinnen und Vermittler reagieren müssen. Die Zukunft des klassischen Vertriebs ist gefährdet. Doch das ist kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken. Vier Trends geben Aufschluss darüber, warum das Wort „adaptiv“ von nun an nicht mehr wegzudenken ist – und womit sich Maklerinnen und Makler 2023 unbedingt beschäftigen sollten.

### **Trend Nummer 1: Wertewandel**

Unsere Gesellschaft durchlebt einen Wertewandel, der auch ein verändertes Kundenverhalten mit sich bringt. Insbesondere jüngere Generationen fordern Transparenz, eine höhere Beratungsqualität und möchten verstehen, was ihnen erklärt wird. Die Veränderung der Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden ist kein abgeschlossener Prozess; Unternehmen müssen daher adaptiv gestaltet werden.

### **Trend Nummer 2: Digitalisierung**

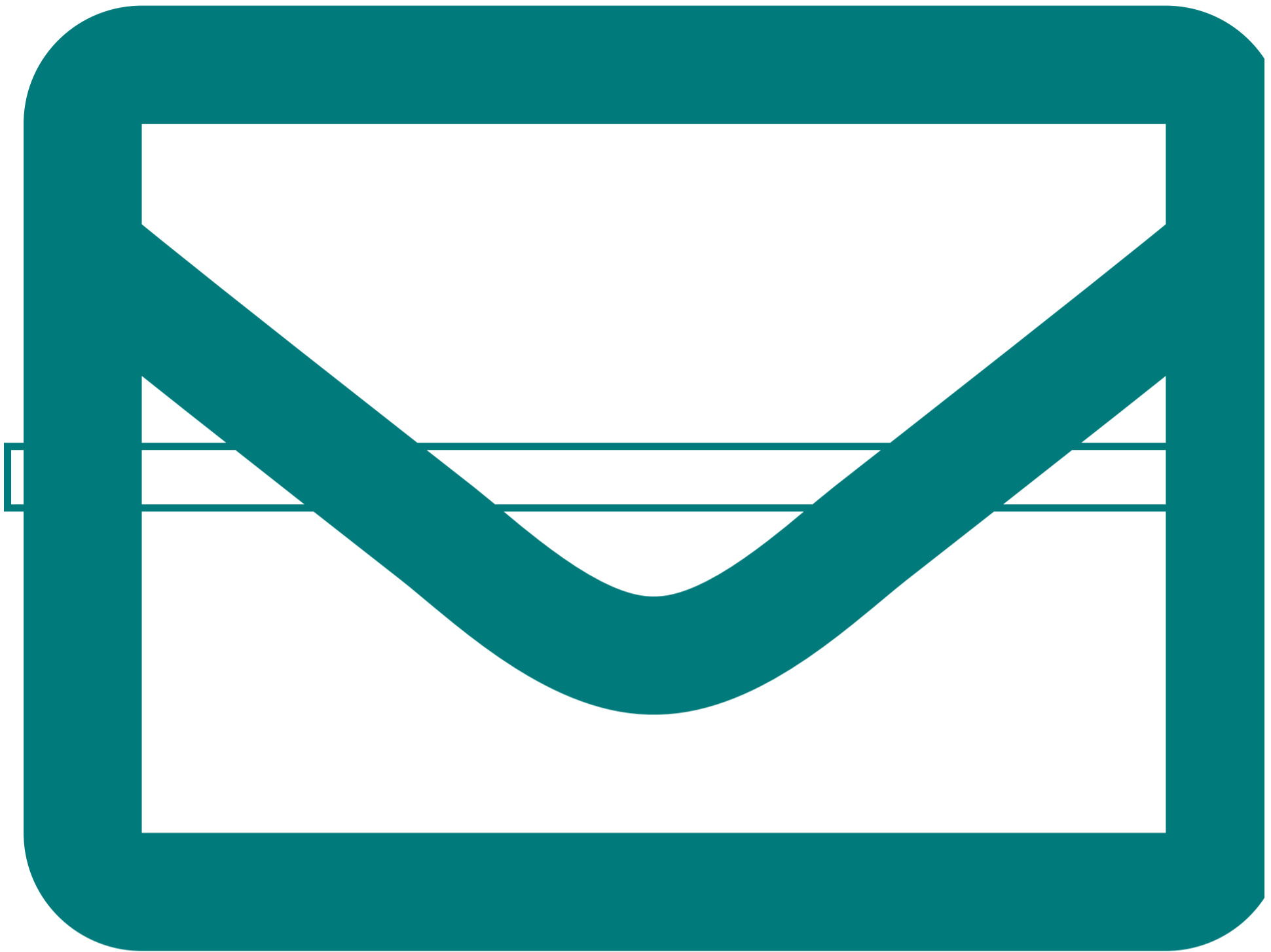
Ob es uns gefällt oder nicht, Künstliche Intelligenz (KI) wird immer wichtiger. KI ist ein selbstlernendes System, das Aufgaben selbstständig lösen kann. Damit kann sie menschliche Kräfte bis zu einem gewissen Grad ersetzen. Auch die Frage der Effizienz gerät in den Fokus. Versicherer und Makler, die es verstehen, Big Data und Predictive Analytics zu nutzen, verändern aktiv die Beziehung zu ihren Kunden und sichern sich einen Wettbewerbsvorteil.

### **Trend Nummer 3: Prävention**

Der Schadensersatz steht bei Versicherungen häufig im Fokus. Doch in Zukunft sollte der Schadenverhütung deutlich mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden. Schließlich ist es nicht nur günstiger, sondern auch nachhaltiger, einen Schaden zu mindern oder gar zu verhindern. Adaptive Versicherungsprodukte passen sich situativ den Bedürfnissen der Kunden an und fördern so eine individuelle Risikominimierung und das Verhindern eines Schadenfalls.

### **Trend Nummer 4: Individualisierung**

Kunden entscheiden sich zunehmend für weniger Versicherungsschutz und das für mehr Geld. So wird lieber eine Gegenstandsversicherung für das neue Smartphone anstatt eine vollwertige Elektronikversicherung erworben. Der Kundenzugang geht also an neue Akteure, und das ist für Maklerinnen und Makler bitter. Neben der Frage nach dem Kern der Dienstleistung muss es daher in Zukunft mehr darum gehen, die Kunden in ihrer Entscheidungskompetenz zu stärken.



#### **[MEHR INFOS? JETZT KOSTENLOS UNSEREN NEWSLETTER ABONNIEREN!](#)**

Bei allen vier Punkten bietet CoachMeNetto mit dem „Unternehmer-Check“ eine Brücke für Vermittlerinnen und Vermittler, die befähigt werden möchten, zukunftsfähige Beratungsansätze zu entwickeln und ihre eigenen adaptiven Lösungen für ihre jeweilige Zielgruppen zu entwickeln. Doch was bedeutet eigentlich genau adaptiv? Richtig, anpassungsfähig. Adaptive, sprich sich anpassende Versicherungsprodukte werden immer beliebter. Grund genug, sie genauer unter die Lupe zu nehmen.

#### **Praktisch: Adaptive Versicherungsprodukte**

Produkte, Waren oder Dienstleistungen werden zu adaptiven Versicherungsprodukten, wenn sie sich nach dem Erwerb situativ den Bedürfnissen der Nutzerin oder des Nutzers anpassen. Damit verbunden sind große Veränderungen, insbesondere in Bezug auf die Inhalte des Versicherungsschutzes: Irrelevante Bestandteile werden entfernt, fehlende hinzugefügt.

Nehmen wir das Beispiel eines Versicherungskunden, der ein leidenschaftlicher, aber nur sporadischer Motorradfahrer ist. Mit einem adaptiven Versicherungsprodukt kann er jedes Mal, wenn er sein Motorrad aus der Garage holt, für die erforderliche Dauer seinen abgeschlossenen Grundschutz erhöhen – im Gegensatz zum situativen Versicherungsschutz, der aufgrund eines anlassbezogenen Ereignisses, eines Umstandes oder einer geografischen Zuordnung abgeschlossen wird und danach sofort wieder erlischt.

Das adaptive Versicherungsprodukt bietet dem Motorradfahrer den Vorteil, dass er flexibel häufig sein risikoreiches Hobby ausführen kann und dabei nur für die Zeit, in der er fährt, oder für die Kilometer, die er zurücklegt, eine erhöhte Prämie zahlen muss. Versicherungen werden also auf einer persönlichen Datenlage kalkuliert und somit integrierte Bestandteile von digital

vernetzten Kunden.

Gehen wir nun einen Schritt weiter und fragen: Wie wird die Beratung der Zukunft aussehen? Welche Belange haben Kunden, sprich wie wollen sie beraten werden? Die Beratungswelt von morgen kann genauso adaptiv aussehen wie es Produkte heute schon sind. Beide – die adaptiven Produkte und die adaptive Beratung – gehen Hand in Hand. Denn gerade durch adaptive Produkte kann die zeitgemäße Beratung ganzheitlicher gestaltet werden. Schließlich wird auf diese Weise das gesamte Risikoprofil eines Kunden abgebildet.

Pauschale Versicherungssummen und Empfehlungen gehören somit der Vergangenheit an. Es ist zwar grundsätzlich nichts dagegen einzuwenden, wenn beispielsweise 80 Prozent der Einnahmen im Ernstfall von der BU-Rente gedeckt werden sollen. Doch wenn ein Kunde 9.000 Euro im Monat verdient, davon aber nur rund 2.000 Euro ausgibt, dann sind die 80 Prozent zumindest für ihn kein guter Ratschlag. Allgemeine Hinweise werden also gegen solche ausgetauscht, die mit dem individuellen Leben des Kunden zu tun haben.

### **Potenzial auch für „Nicht-Kunden“**

Versicherer und Kunden streben gleichermaßen einen Dialog auf Augenhöhe an, der sich auch in technologieunterstützten Dienstleistungen und Produkten widerspiegelt. Doch es geht in der adaptiven Beratung um mehr als um adaptive Produkte. Eine gute IT-Infrastruktur bedeutet schließlich, dass der Kunde im Mittelpunkt der Systemlogik steht. Und so geht es darum, den Kunden als Mensch zu sehen, der durch seine verschiedenen Lebensphasen begleitet werden kann.

In diesem ganzheitlichen Ansatz steckt viel Potenzial – auch für „Nicht-Kunden“, die bisher der Versicherungsbranche wegen Desinteresse oder Misstrauen den Rücken gekehrt haben. Sie können zu potenziellen Kunden werden, wenn Versicherer und Makler es verstehen, eine Beziehung zu ihnen aufzubauen, die im weiteren Verlauf monetarisiert werden kann.

### **Wie eine adaptive Beratung in der Praxis aussieht – fünf Tipps**

Was müssen Beraterinnen und Berater beachten, wenn sie eine adaptive Beratung anbieten möchten? Du bekommst nun fünf Tipps an die Hand, wie man als Makler die adaptive Beratung erfolgreich in die Tat umsetzen kann.

#### **Tipp Nummer 1: Nein zu pauschalen Aussagen**

Adaptive Beratung bedeutet, dass man pauschalen Aussagen den Rücken kehrt. „Jeder braucht eine Hausratversicherung“ oder „Unbedingt 80 Prozent vom Nettoeinkommen für die BU-Rente“ sind Sätze, die dir nicht mehr leichtfertig von den Lippen gehen sollten.

#### **Tipp Nummer 2: Individuelle Konzepte erstellen**

Die jeweiligen Lebensphasen des Kunden zu berücksichtigen und damit, um beim Beispiel der Arbeitskraftabsicherung zu bleiben, den Auszug der Kinder oder die Tilgung der Immobilie im Blick zu behalten, ist essenziell. Der individuelle Bedarf und auch das Bedürfnis des Kunden stehen bei der adaptiven Beratung im Zentrum.

#### **Tipp Nummer 3: Eine Vertrauensbasis schaffen**

Den Kunden mit offenem Interesse begegnen und eine Vertrauensbasis schaffen, ist ebenfalls Teil einer gelebten adaptiven Beratung. Fragen wie „Wann vergisst du die Zeit um dich herum?“ oder „Was hast du von deinen Eltern über Geld gelernt?“ sind gute Möglichkeiten, um eine vertrauensvolle Beziehung zum Kunden zu entwickeln. Und die brauchst du, wenn du möchtest, dass sich deine Kunden dir gegenüber öffnen können und ohne schlechtes Gewissen nachfragen, wenn sie etwas Fachliches nicht verstanden haben.

#### **Tipp Nummer 4: Strukturiert und immer auf dem Laufenden**

Wenn du mit Lebensphasenmodellen und dazugehörigen Standards arbeitest sowie Checklisten pflegst, dann kannst du stets auf Veränderungen im Leben deiner Kunden reagieren. Dein Kunde hat Nachwuchs bekommen oder feiert eine Beförderung? Solche Informationen helfen dir, zeitnah und individuell zu beraten.

#### **Tipp Nummer 5: Ein Netzwerk für alle Fälle**

Adaptive Beratung kann auch bedeuten, Hilfe anzubieten – selbst, wenn sie gar nicht ausdrücklich erbeten wurde. Mit anderen Worten: Es lohnt sich, ein Netzwerk aus Spezialisten aufzubauen, um deine Kunden über deine Beratungstätigkeit hinaus zu unterstützen. Dein Kunde möchte einen Oldtimer kaufen oder Work-and-Travel machen? Vielleicht kannst du ihn bei diesen Plänen unterstützen. Über die eigene Beratungstätigkeit hinaus hilfreich zu sein, schafft langfristiges Vertrauen und zahlt auf den Kern der adaptiven Beratung ein. Schließlich reagierst du so im wahrsten Sinne des Wortes „anpassungsfähig“ auf das Leben deines Kunden.

## Über die Autoren

Tim Schreitmüller ist digitaler Stratege mit Versicherungs-Know-how von der LV 1871. Stephan Busch ist Versicherungsmakler und Inhaber von [Progress Finanzplaner](#). Gemeinsam sind die beiden die Köpfe hinter [CoachMeNetto](#).

### MEHR ZU

> [KOLUMNEN](#) > [KUNDENBERATUNG](#) > [VERTRIEB](#)

> [BRANCHE](#)